MIDDLE EAST UNIVERSITY
جامعة الشرق الأوسط
Amman - Jordan

أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك

The Impact of Directional Posters on the Development of Environmental Awareness of the Students in the Faculty of Fine Arts at Yarmouk University

إعداد

ولاء جميل عادل الصباغ

إشراف

الأستاذ الدكتور متولي محمد علي عصب

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التصميم الجرافيكي

قسم التصميم الجرافيكي

كلية العمارة والتصميم

جامعة الشرق الأوسط

حزيران– 2017

التفويض

أنا ولاء جميل عادل الصباغ أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً والكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالبحوث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ولاء جميل عادل الصباغ

التاريخ: 2017/6/20م

التوقيع:



قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك" وأجيزت بتاريخ 2017/6/20.

أعضاء لجنة المناقشة			التوقيع
1. الأستاذ الدكتور متولي عصب	مشرفاً ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	....
2. الدكتور وائل عبد الصبور	عضواً داخلياً	جامعة الشرق الأوسط	....
3. الدكتور عصام أبو عوض	ممتحناً خارجياً	جامعة العلوم التطبيقية	....

بسم الله الرحمن الرحيم

الشكر والتقدير

ليعلم الجميع أن لكل مجتهد نصيب فالحمد لله رب العالمين الذي وفقني واستطعت إنهاء كتابة رسالة الماجستير بعد جهدٍ وتعب وعناء ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله، فدعوني أتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان لكل من وقف إلى جانبي وشجعني وساندني في إتمام هذه الرسالة وأخص بعظيم الشكر والامتنان مشرفي المحترم الأستاذ الدكتور متولي محمد علي عصب الذي ما بخل لحظة بإسداء النصائح والإرشادات والملاحظات العظيمة القيمة والتي كان لها الأثر الأكبر في إتمام هذه الرسالة وإيصالها إلى أعلى المستويات المرجوة.

كما أتوجه بالشكر الجزيل الموصول للسادة الأفاضل:

الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي، والأستاذ الدكتور غازي خليفه، والأستاذ الدكتور نضال الشريفين، والأستاذ عمر الزعبي.

وأتقدم بالشكر الخاص إلى عميد كلية العمارة والتصميم نظراً لما قامت به من تسهيلات وخدمات لإتمام إجراءات البحث، ولا أنسى تقديم الشكر والتقدير لأعضاء الهيئة التدريسية في قسم تصميم الجرافيك.

كما أتقدم بالشكر الموصول لأعضاء لجنة المناقشة الأفاضل الذين أتشرف بوضع هذه الرسالة بين أيديهم الكريمة.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على سيد الخلق والمرسلين وبعد قال تعالى:

بسم الله الرحمن الرحيم

{ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آَمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ }

صدق الله العظيم

وقال الشاعر:

العلم يبني بيوتاً لا عماد لها

والجهل يهدم بيت العزّ والكرمِ

دعوني أتقدم بكل تواضعٍ وانحناء بهذا الإهداء المتواضع إلى كل من والدي ووالدتي وأخواني واختي الغالية وزوج المستقبل يزن طبيشات. الذين ما توانوا لحظة في تقديم الدعم والمساندة والوقوف إلى جانبي في كل مراحل رسالتي ولا أجدُ الكلمات التي تفيهم حقهم ولكي أقول لهم جميعاً شكراً جزيلاً.

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال والصور

قائمة الملحقات

أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك

إعداد

ولاء جميل الصبَّاغ

إشراف

الأستاذ الدكتور متولي محمد علي عصب

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.

ولتحقيق هدف الدراسة أعدت الباحثة مقياس مُكوَّن من تسعٍ وأربعين فقرةٍ موزعة إلى ثلاثةِ أبعاد؛ هي: بعد الوعي البيئي بإعادة التدوير وله ثمانِ عشرةِ فقرةٍ، وبعد الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة وله خمسِ عشرةِ فقرةٍ، وبعد الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه وله ستِ عشرةِ فقرةٍ، حيث تم التأكد من صدقهِ وتحكيمهِ وثباتهِ. وقد تم تبني المنهج شبه التجريبي للمجموعات غير المتكافئة؛ مما ترتب عليه اختيار أفراد العينة بالطريقة العشوائية البسيطة حيث بلغ عددهم (447) طالبٍ وطالبةٍ من أصل (983) طالبٍ وطالبةٍ من طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك في الفصل الثاني من العام الجامعي 2017/2016.

وقد أظهرت نتائج الدراسة؛ وجود فرق حقيقي عند مستوى الدلالة (α=0.05) بين الوسطين الحسابيين المُعدَّلين للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) لدى طلبة كلية الفنون في

جامعة اليرموك يُعزى للمجموعة (شاهدت، لم تشاهد)؛ لصالح أفراد المجموعة التي شاهدت الملصقات التوعوية مقارنةً بالمجموعة التي لم تشاهدها.

كما أظهرت نتائج الدراسة؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (α=0.05) بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك وفقاً لمتغير القسم، في حين وجد فرق دال إحصائياً في الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة.

فيما أظهرت نتائج الدراسة؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (α=0.05) بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك وفقاً لمتغير السنة الدراسية.

كذلك أظهرت نتائج الدراسة؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (α=0.05) بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تُعزى للتفاعل بين (المشاهدة والقسم)؛ لصالح المجموعة التي شاهدت الملصقات التوعوية مقارنةً بالمجموعة التي لم تشاهدها على اختلاف الأقسام الأكاديمية التابعين لها لكلٍّ منهما، في حين وجد فرق دال إحصائياً في الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة يُعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها) مع القسم على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لصالح الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف أقسامهم، وأن الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية من قسم الموسيقى كانوا أكثر تفاعلاً من بقية الطلبة.

وأخيرًا؛ أظهرت نتائج الدراسة، عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (α=0.05) بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وبعدِهِ (الوعي البيئي بإعادة

التدوير)، لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك يُعزى للتفاعل بين (المشاهدة، والسنة الدراسية)؛ لصالح المجموعة من الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف سنواتهم الدراسية مقارنةً بالمجموعة ممن لم يشاهدوها، في حين وجد فرق في مجالي: الوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك الطاقة والوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك المياه يعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع السنة الدراسية أنَّ الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي أقرُّوا بوعيهم البيئي ببعد الطاقة أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي إلا أن المتوسط الحسابي المعدل كان لصالح طلبة السنة الثانية من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجال الوعي البيئي البعدي لمجال ترشيد استهلاك الطاقة كانت أعلى من السنوات الدراسية الأخرى إذ بلغت (4.25).

وقد خلُصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: الملصقات التوعوية، الوعي البيئي.

The Impact of Directional Posters on the Development of Environmental Awareness of the Students in the Faculty of Fine Arts at Yarmouk University

Prepared by

Wala'a Jamil Adel Al-Sabbagh

Supervised by

Prof. Mtwally Mohamed Aly Assab

Abstract

The aim of this study is to investigate the impact of posters on the development of environmental awareness Among Fine Arts students at Yarmouk University. To achieve the objective of the study, the researcher prepared a scale of forty nine paragraphs divided into three dimensions: environmental awareness by recycling dimension with an eighteen paragraphs. Environmental protection of energy consumption and has fifteen paragraphs, and environmental awareness to rationalize the consumption of water and has sixteen paragraphs, where its sincerity, arbitration and stability was confirmed. Semi-experimental approach has been adopted for non-equal groups. So, (447) students out of (983) students from the Faculty of Fine Arts at Yarmouk University in the second semester of the academic year 2016/2017 have been chosen. The results of the study showed that there is a significant difference at the level of (α = 0.05) between the two averages of dimensional measurement of environmental awareness and its dimensions (environmental awareness of recycling, environmental awareness of rationalization of energy consumption, environmental awareness of rationalization of water consumption) among students of the Faculty of Arts at Yarmouk University according to The group (seen, did not see) was attributed to the group

members who saw the awareness posters compared to the group they did not see.

The results of the study showed that there were no statistically significant differences at the level of (α = 0.05) between the averages of the dimensional measurement of environmental awareness And its dimensions (environmental awareness in the field of recycling, environmental awareness to rationalize water consumption) among the students of the Faculty of Arts at Yarmouk University according to the variable of the department, while there was a statistically significant difference in environmental awareness in the field of energy conservation.

The results of the study showed that there were no statistically significant differences at the level of (α = 0.05) between the averages of the dimensional measurement of environmental awareness and its dimensions among students of the Faculty of Arts at Yarmouk University According to the academic year variable.

The results of the study showed that there were no statistically significant differences at the level of (α = 0.05) between the averages of the dimensional measurement of environmental awareness and its dimensions (Environmental awareness of recycling, environmental awareness of rationalization of water consumption

among the students of the Faculty of Arts at Yarmouk University due to the interaction between the observation and the section; for the group that saw the awareness posters compared to the group that did not You see them at different academic sections of each of them,

While found a statistically significant difference in environmental awareness in rationalizing energy consumption due to the interaction of the group (see awareness posters, not seeing them), with the department on the overall score of the environmental awareness measure for the students who

saw the educational posters in different sections, And that the students who saw the posters of the music department were more interactive than the rest of the students.

Finally, the results of the study showed that there were no statistically significant differences at the level of (α = 0.05) between the averages of the dimensional measurement of environmental awareness and its dimensions among the students of the Faculty of Arts at Yarmouk University due to the interaction between the observation and the academic year For the group that saw the awareness posters compared to the group Which did not see them in different years of study while there is a difference between the two fields: environmental awareness in the field of energy conservation and environmental awareness in the field of rationalization of water consumption due to the interaction of the group (watch posters and not see them) with the school year that the students who saw the posters of awareness at different levels of school recognized their environmental awareness of the dimension of energy More than the students who did not see awareness posters at different levels of study, but the modified average was for the benefit of the second year students of the experimental group that saw the awareness posters on the field of environmental awareness for the field of energy conservation which was higher than the other school years (4.25).

The study concluded with a set of recommendations.

Keywords: awareness posters, environmental awareness.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة :

من المعروف أن الإنسان تفاعل مع البيئة المحيطة به منذ القدم، وقد استخدم أفكاره ومهاراته لإيجاد حلول وأساليب تخدم حاجاته ورغباته ضمن حدود الطبيعة، لكنه سرعان ما أحدث خللاً في توازن البيئة بتدخلهِ العشوائي والمفرط في مختلف مكونات البيئة بشكلٍ مستمر، فقد تعامل معها على أنهُ أهم عامل حيوي موجود فيها، فازدادت استفادته وتحكمه بها، وظهرت سيطرته على البيئة خصوصاً بعد الثورة الصناعية والتقدم التكنولوجي خلال العصر الحديث.

ولقد استمر الإنسان ساعياً إلى هدفهِ في التوسع دون مبالاة بالخطر الذي أوجده على التوازن الطبيعي في العالم، فأغلب مواجهاتهِ ضد الطبيعة كانت لانتزاع ما يحتاج إليه في معيشته، وحياته اليومية من ماء وطاقة ومعادن وموارد أخرى، مما أدى في النهاية إلى حدوث مشاكل بيئية خطيرة منها تلوث في الهواء، والماء، والأرض.

ويمكن القول أن المشاكل البيئية باتت تؤرق المسؤولين والمهتمين، بحيث أصبحت هذه المشاكل من أهم ما يواجه الإنسان في العالم، فمع ازدياد التطور التكنولوجي والاقتصادي والاجتماعي والصناعي ازدادت الضغوطات على البيئة وعناصرها في نهايات القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين على مستوى العالم عامةً، وعلى مستوى الوطن العربي بشكل خاص، وبالتالي ازدادت الأضرار التي لحقت بالبيئة ومصادرها الطبيعية، ونتيجة لذلك عملت المؤسسات والحكومات والمنظمات على مكافحة ظواهر عدة كالتلوث، والاستهلاك المفرط اللذان يهددان البيئة عن طريق إكساب أفراد المجتمع الخبرة والدراية بعناصر ومكونات البيئة، وفهم العلاقة المتبادلة بين

الإنسان والبيئة، والتعرف على المشاكل البيئية ومحاولة تجنبها والسعي إلى حلها ومنع حدوثها وجعل الممارسات الصناعية والبيئية صديقة للبيئة وذلك من خلال تنمية الوعي البيئي (ربيع،2008).

ويتعرض الأردن كغيره من دول العالم إلى تحد بيئي كبير نظراً لقلة وانحسار ثرواته الطبيعية، مما يتطلب من المجتمع الأردني المشاركة في إيجاد حلول للمشاكل البيئية واتخاذ القرارات التي تحد من التلوث البيئي، كما تعد من العوامل التي تنمي ارتباط المواطن ببيئته ، فيعزز ذلك شعوره بإمكانية المشاركة في إدارتها والمحافظة عليها، ولتحقيق ذلك يتطلب الأمر أن يكون لدى المجتمع الأردني القدرة على تقبل أساليب جديدة في التنمية والتي يمكن من خلالها استبدال السلوكيات الضارة بالبيئة بسلوكيات إيجابية لرفع درجة الوعي البيئي، وذلك عن طريق العديد من المؤسسات التعليمية والتربوية والجمعيات والمنظمات الدولية المختلفة (عبود،2010).

ويؤكد وهبي (2004) على الجهود المبذولة على مستوى الوطن العربي من أجل توعية المواطن بقضايا البيئة ومشكلاتها والعمل على تحسينها، ففي الأردن تم تأسيس الجمعية الملكية للمحافظة على البيئة ولها أنشطة وفعاليات عديده، ويعد من أحد أهم أنشطتها حملات التوعية البيئية.

وقد أشار بينسون (Benson, N.D) إلى أن للمصمم الجرافيك دوراً بالغ الأهمية في تحقيق نظام اجتماعي واقتصادي مستدام؛ وذلك من خلال إمكانية تقديمهِ حلول للكثير من المشكلات، والمساهمة في الحفاظ على البيئة من خلال تنمية الوعي البيئي بعدة أشكال أهمها، جعل التصميم بحد ذاته صديقاً للبيئة، والقيام بعمل تصاميم تمتاز بتوظيف القوة التعبيرية للكلمة، والصور، والرموز التي يتكون منها التصميم تحث على الحفاظ على البيئة.

كما أوضح الباحث راشيل جيمس (James,2010) إلى أن تصميم الملصقات التوعوية من الممكن أن تحقق أثراً بالغ الأهمية على الأفراد والجماعات من أجل المحافظة على البيئة والتأثير في سلوكهم بشكل إيجابي، لذلك يجب على المصمم أن يراعي في تصميمه وتنفيذه لهذه الملصقات ما يثير ويجذب انتباه المتلقي من خلال توظيف القوة التعبيرية للصورة واللون مع مراعاة الشكل والحجم وموقع الملصقات، بحيث يمكن نشرها في مراكز التجمع والاتصال البشري مثل: النوادي والحدائق، والميادين العامة، والجامعات والمدارس.

مشكلة الدراسة

تعتبر الملصقات وسيلة اتصالية مطبوعة لها قيمها الفنية، وشكلها، ومضمونها، يهدف المصمم من ورائها إلى إيصال فكرة معينة، وهي بذلك تعد وسيلة فاعلة للاتصال بالجمهور والتأثير فيهم، لذا يمكن استخدامها في مجال نشر الوعي، والإرشاد بكل أنواعه، وعلى هذا الأساس سوف تقوم الباحثة باستخدام الملصق التوعوي بوصفه وسيلة فاعلة لجذب الفئة المستهدفة والتأثير فيهم والتغيير في سلوكياتهم (إسماعيل، 2007).

حيث أوصت بعض الدراسات مثل دراسة (عسيري، 2007) ودراسة (خلف، 2015) و(Wang,2000) و(Shirey,2011) على أهمية زيادة الحملات التوعوية وتنمية الوعي البيئي. ورغم الاهتمام المتزايد بالحد من المشاكل البيئية على المستوى المحلي والعالمي؛ إلا أن المشكلات البيئية في الأردن أصبحت في تزايد مستمر نتيجة لزيادة استهلاك الموارد الطبيعية المختلفة والتي يعزى أسبابها إلى زيادة عدد السكان وقلة الموارد الطبيعية بكافة أشكالها، إضافةً إلى غياب الوعي البيئي لدى بعض أفراد المجتمع، وترى الباحثة أن الملصقات التوعوية يمكن أن تلعب دوراً مهماً

في توعية طلبة الجامعات الاردنية، ووضعهم أمام مسؤوليات من أجل تعامل أفضل مع البيئة المحيطة بهم لتحقيق تنمية مستدامة، وزيادة الإحساس بالانتماء ونشر الوعي البيئي في المجتمع.

تُعدُّ الجامعات الأردنية نقطة مركزية تمد المجتمع بطاقات بشرية تعمل على النهوض بهِ نحو مستقبلٍ أفضل؛ لذلك فإن الوعي البيئي لدى طلبة الجامعات من المفترض أن ينعكس بصورة أساسية على الوعي البيئي لدى المجتمع، **بالتالي تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.**

هدف الدراسة وسؤالها:

تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، وسيتم تحقيق هذا الهدف بالإجابة عن سؤال الدراسة الآتي:

هل توجد فروق بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك تعزى للمجموعة التي (شاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها) والقسم والسنة الدراسية والتفاعل بين المشاهدة وكلٍّ من (القسم، السنة الدراسية)؟

فرضيات الدراسة:

يمكن الإجابة عن هذه الأسئلة باختبار الفرضيات التالية:

1- لا يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الوسطين الحسابيين للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لمشاهدة (الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها).

2- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للقسم (التصميم، الفنون التشكيلية، الموسيقى، الدراما).

3- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للسنة الدراسية (الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة فأكثر).

4- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لتفاعل المشاهدة مع القسم.

5- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لتفاعل المشاهدة مع السنة الدراسية.

أهمية الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لتكون حلقة في مجال البحوث والدراسات العلمية في تصميم الجرافيك لمحاولة التعرف على أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك وزيادة الإحساس بالانتماء البيئي في المجتمع الأردني، ومن المؤمل أن تفيد هذه الدراسة الآتي:

1. الجامعات الأردنية، وتشجيعها على زيادة الحملات التوعوية، من خلال الملصقات التوعوية في مجالات الوعي البيئي الثلاث والتي تخص المياه والطاقة وإعادة التدوير.

2. الباحثين بلفت انتباههم لدراسة أثر الملصقات التوعوية في متغيرات أخرى غير الوعي البيئي كالحد من الظواهر السلبية في المجتمع، كظاهرة العنف الجامعي، والمخدرات، والتدخين وغيرها .

3. قد تشكل هذه الدراسة إضافة علمية للمكتبة العربية في مجال تصميم الجرافيك الأخضر لكي يلعب دوراً توعوياً وثقافياً بالمجتمع، من خلال أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي للبيئي.

تعريف المصطلحات:

الملصق "Poster" :

عرّف إسماعيل (2007:88) الملصق على أنه : " وسيلة اتصالية بصرية، هدفها نقل فكره معينة إلى جمهور ما بحيث يكون للفكرة معنى واضح ومفهوم، ويؤدي الملصق عدة وظائف منها ما هي إعلامية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياسية أو فنية أو تجارية أو تعليمية أو إرشادية".

ويُعرّف الملصق التوعوي إجرائياً أنه: إعداد ملصقات توعوية فيما يخص المجالات الثلاث، مجال إعادة التدوير، ومجال ترشيد استهلاك الطاقة، ومجال ترشيد استهلاك المياه، والقيام بعرضها على المجموعة التجريبية وذلك باستخدام رموز، وصور بصرية فاعلة مطبوعة تعبر عن فكرة معينة تؤثر في الجمهور المستهدف.

تنمية الوعي البيئي "Environmental Awareness Development "

- **التنمية:**" هي مجموعة من العمليات والإجراءات المعقدة والمتتالية والمستمرة التي يقوم بها مجتمع ما للتحكم في اتجاه وسرعة التغيير الحضاري بهدف إشباع حاجاته" (عجوة، 2008: 43).
- **الوعي:** وهو مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب وعي بالبيئة المحيطة بهم، وبالقضايا، والمشكلات المرتبطة بها (سليمان، 2011: 78).
- **البيئة:** "هي الوسط الذي يعيش فيه الإنسان والذي يحصل من خلاله على مقومات حياته من غذاء، وكساء، ومأوى، ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من البشر" (جميل، 2008: 29).

الوعي البيئي "Environmental Aawareness"

يُعرّف قمر (25:2010) الوعي البيئي بأنه: " الإدراك القائم على الإحساس بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها".

ويُعرّف الوعي البيئي إجرائياً بأنه: هو الدرجة التي حصل عليها طلبة كلية الفنون الجميلة من خلال المقياس الذي قامت الباحثة بإعداده لغرض قياس أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.

حدود الدراسة:

تم تطبيق هذه الدراسة على طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي (2016 / 2017).

محددات الدراسة:

تمثلت محددات الدراسة بما يأتي:

- دلالات صدق وثبات أداة الدراسة التي أعدّتها الباحثة لهذا الغرض.
- مدى موضوعية ودقة أفراد العينة في استجاباتهم على فقرات المقياس الذي طورته الباحثة لهذا الغرض.
- تعميم النتائج لهذه الدراسة لا يصح إلا على المجتمع الذي سحبت منه عينة الدراسة والمجتمعات المماثلة.
- تمت إجراءات هذه الدراسة في جامعة اليرموك لأن الباحثة تعمل في كلية الفنون الجميلة، وذلك لضمان الحصول على الموافقة المطلوبة من الجهات المسؤولة في الجامعة، بالإضافة إلى ضمان تقديم المساعدة اللازمة من قبل كلية الفنون الجميلة وتعاون أعضاء الهيئة التدريسية لإتمام هذه التجربة ومتابعتها عن كثب.

الفصل الثانـي

الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة

تضمن هذا الفصل عرضاً للأدب النظري والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وفيما يأتي عرضاً بذلك:

أولاً– الأدب النظري:

اشتمل هذا الجزء استعراضاً للتصميم من حيث مفهومه، وأهميته، وأهدافه بشكل عام، و استعراضاً للتصميم الجرافيك من حيث مفهومه، ودورهِ الاجتماعي، ودور مصمم الجرافيك ومسؤوليتهِ الاجتماعية، وأهم وسائل الجرافيك المستخدمة في التصميم.

واشتمل أيضا استعراضاً لمتغيري الدراسة، وهما الملصقات التوعوية من حيث مفهومها، نشأتها ومراحل تطورها، أنواعها، عناصرها، أسسها البنائية، آلية إدراكها، خصائصها، العملية التصميمية لبنائها، فكرتها الفنية، تنوعها التقني، مقوماتها، أثرها النفسي، التفكير البصري في تصميمها، ودور الاتصال فيها.

كما تم استعراض الوعي البيئي من حيث مفهومه، وأهدافه، وخصائصه، وميزاتهِ، وأهميته، ودوره في حل المشكلات البيئية، وأهداف ملصقات التوعية البيئية، والحملات التوعوية قضية البحث، والتحليل الفني لعناصر الحملة التوعوية، وفيما يلي عرض بذلك:

التصميم "Design":

للتصميم أهمية كبيره في حياة الإنسان فهو أساس الخبرة الفنية التي نمتلكها ونحس بها في أي عمل فني نقوم به، حيث يهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق الجمالية والحس الجمالي والرفاهية بالإضافة إلى أنه يوفر احتياجات الناس من منتجات فنية مختلفة، كما يهدف إلى إيجاد حلول للمشكلات التي يواجها الناس في حياتهم، وهنا يقع على عاتق المصمم أن يكون على دراية وعلم بحجم هذه المشكلة وأبعادها وعليه أن يحددها، ثم يطلق العنان لخياله من أجل إيجاد حلول مناسبة لها، عن طريق ابتكار أفكار تصميمية باستخدام عناصر ومبادئ التصميم المختلفة من خطوط وأشكال وألوان تخاطب العقل فتعمل على جذب المتلقي وتحقيق الهدف المرجو منه (غيث،2011).

يُعرّف الراوي (2011) التصميم "**Design**" على أنه : "وضع الصيغ الوظيفية والشكلية لموضوع معين باستخدام وسائل بصرية مختلفة تحمل قيماً جمالية تسر الناظر أو تخدم أهداف استعمالية مختلفة". ويرى القصاص (2008: 31) أن التصميم "عملية متكاملة من أجل تخطيط شكل وإنشائه بطريقة تحقق الوظيفة والمتعة التي يسعى المصمم إلى تحقيقها".

لذا يمكن القول أن التصميم هو: عملية تشكيل وابتكار أشياءٍ جديدةٍ في العمل الفني الناتج عن الفكرة التصميمية باستخدام وسائل بصرية مختلفة يتم ترتيبها بشكل معين وتحمل دلالة معينة ويجب أن تتسم بالجمالية لتجلب السرور إلى النفس فيتكون في النهاية الإحساس بجمالية الأشكال المكونة للتصميم لدى المتلقي.

تصميم الجرافيك "Graphic Design":

يذكر القصاص (2008: 33) أن تصميم الجرافيك: " مصطلح مشتق من كلمة جراف (الرسومات والأشكال البصرية)، وكلمة تصميم (مرسوم، تصويري، مطبوع) وإن أصل الكلمة لاتيني ومشتقة من كلمة جرافوس التي تعني المكتوب، أو المرسوم، أو المنسوخ". أما الراوي (2011: 97) يُعرّف تصميم الجرافيك على أنه: "وضع الصياغات البصرية للأفكار المعدة للإظهار بطرق الطباعة المختلفة ويتمثل الجهد الإبداعي فيه بعملية تنظيم العلاقات الشكلية بين العناصر والمفردات التصميمية على نحو يوفّق بين الأداء الجمالي والوظيفي لتلك العناصر، والمفردات بحسب الحاجات والأغراض التصميمية المطلوب تحقيقها".

أما هوليز Hollis (1997) يُعرّف تصميم الجرافيك بأنه: عملية تنظيم الأشكال والرموز و اختيار العلامات المناسبة و ترتيبها على مساحة معينة من أجل إيصال فكرة ما و يتخذ في العادة طابعًا وظيفيًا.

ومن الممكن أن يُعرَف تصميم الجرافيك بأنه : عملية إبداعية تهدف إلى إيصال رسالة إلى الجمهور من خلال توظيف العناصر الجرافيكية من صور وأشكال ورسوم في موضوع معين، بحيث يتم بناء وإخراج العمل الفني بواسطة برامج خاصة بالتصميم ليتم طباعتها بطرق مختلفة لإظهار الفكرة التصميمية بالشكل النهائي على نحو متقن وجذاب.

ويّوضّح هوليز Hollis (1997) أن تصميم الجرافيك أخذ طابعاً فنياً، ومهنياً في النصف الثاني من القرن العشرين حيثُ كان يُعتبر كهواية قبل ذلك.

تصميم الجرافيك ودوره الاجتماعي:

يمكن القول أن تصميم الجرافيك يعتبر فناً اتصالياً؛ لأنه يمثل التقاء الفن بتقنيات وعلوم الاتصال الأخرى، فيُعد بذلك وسيلة اتصالٍ جماهيري مؤثرة باعتماده على قواعد ومبادئ فنون الجرافيك، مكوناً بذلك لغة بصرية خاصة به، وبناءً على نظرية الاتصال يمكن فهم التصميم على أنه عملية اتصالية تقوم على أساس وجود مرسل ورسالة ومستقبل بحيث يكون المرسل هو (المصمم) والرسالة هي (التصميم) والمستقبل هو (المتلقي) (الراوي،2011).

ويكمن دور تصميم الجرافيك فضلاً عن كونه مجرد صور وأشكال وصفية و توضيحية لأشياء مرئية، أو تخيلية إلى كونه همزة وصل بين الصورة والمعنى ضمن سياق محدد ذي أهمية، كما يتحدد بمحددات عدة أهمها: رغبة العميل، وطبيعة الموضوع، والسياق، والميولات الفنية للمصمم ... إلخ (Hollis, 1997).

ويؤكد العربي (2009) على أن تصميم الجرافيك يدخل في جميع مجالات الحياه المختلفة، فهو يخدم حاجات الناس على اختلاف مستواهم الثقافي، والاجتماعي، مثلا: طلبات التوظيف تحتاج إلى تصميم، واعلان عن مباراة، أو حفلة ، ملصقات الأفلام، والمسرحيات، وملصقات إرشادية، وتوعوية، والصناعات المختلفة ....الخ.

دور مصمم الجرافيك ومسؤوليته الاجتماعية:

يذكر العربي (37:2009) أن وليام اديسون دويغنز أول من أطلق تسمية (Graphic Designer)، عام 1922م بحيث؛ عرف مصطلح مصمم الجرافيك بأنه" ذلك الشخص الذي يجمع بين العناصر المختلفة (كلمات، صور، الوان... الخ) في صفحة واحدة بشكل يجذب النظر".

وعلى هذا الأساس فإنه يقع على عاتق مصمم الجرافيك شروط عدة لإنجاح عملية الإرسال، بتقديم حلول للمشكلات التي يواجها الانسان في حياته اليومية؛ وذلك من خلال استيعاب قوانين الاتصال وقواعد بناء الرسالة والتحكم بعناصرها وامتلاك القدرة الذهنية التي تؤهله لابتكار طرق تعبير تلفت النظر، وتكون قادرة على التأثير بالمتلقي، ولتنفيذ ذلك عليه أن يضع خطة واضحة للاتصال وأن يكون على علم بمحتويات الرسالة التي يقوم بإرسالها والتأكد من سلامتها وشروطها، وأن يراعي الجانب الوظيفي، والاجتماعي، والأخلاقي لتصميمه Schwarte, (2011).

ويرى العربي (2009) أن مصمم الجرافيك الناجح عليه مهمة ارضاء أكبر عدد من الأذواق من خلال تعامله مع شرائح كثيره من الناس على اختلاف مستواهم الثقافي والاجتماعي، وأن يتفاعل معهم بأن يبقى على مقربة من مشاكلهم وهمومهم للتعبير عنها في صور تتميز بالجمالية، ويجدر القول أن مصمم الجرافيك ماهر في مجال علم النفس من خلال معرفته بتأثير الأشكال والألوان على المشاهدين، وهنا يكمن دور مصمم الجرافيك في البحث والتفكير عن تصميم جيد يتناسب مع حاجات الانسان، من خلال معرفته بحجم المشكلة وأبعادها لإيجاد حلول للمشكلات التي تواجهه في الحياه اليومية.

أهم وسائل تصميم الجرافيك:

يُعدّ الإعلان والملصق أحد أهم الوسائل الجرافيكية المستخدمة في التصميم؛ وذلك كما يلي:

1- الإعلان " Advertising ":

قام الوفائي (1989: 13) بتعريف الإعلان على أنه: " شكل من أشكال الاتصال المدفوع وغير الشخصي لترويج أفكار، أو سلع، أو خدمات لحساب ممول معروف"، وعرفه غيث (2011:

236) اصطلاحاً على أنه: "وسيلة مدفوعة من أجل إرضاء الجمهور وإيجاد القبول النفسي لديهم بهدف المساعدة على بيع سلعة أو خدمة ويتم ذلك بموافقة الجمهور المستهدف على قبول أو توجيه جهة بذاتها".

وبناءً على ما سبق فإن الإعلان يُعدُّ: مجموعة الوسائل المستخدمة من أجل توجيه نظر الجمهور إلى سلعة أو خدمة من منشأه تجارية، أو صناعية، وإقناعه بها بطريقة تجعله بحاجة إليها، وعدم الاستغناء عنها.

وتذكرُ أن غيث (2011) وإسماعيل (2007) قد أكدا على أهمية دور الإعلان لما له من تأثير كبير على حياتنا، بوصفه أحد أهم الوسائل المميزة لنقل الأفكار والمعلومات عن المنتجات والخدمات والسلع إلى المتلقي، واعتبروا أنهُ أحد أهم وسائل الاتصال الاجتماعي، والاقتصادي، والنفسي الذي يتجه إليه المعلنون ووكالات الإعلان بهدف التأثير في سلوك المتلقي ومساعدته للتعرف على حاجاته ورغباته، وإقناعهِ بالمنتج وحثّهِ على شرائهِ عبر وسائل عدة تعتمد على طبيعة نشاط المؤسسة المعلنة وهدفها، كما تعتمد على طبيعة المادة المُعلن عنها، ويُعايش الناس يومياً أشكالاً مختلفة من الإعلانات المطبوعة فهي تشكل مساحة كبيره من المجلات، والصحف، والملصقات الإعلانية التي تظهر في كثير من المحلات التجارية و المرافق العامة باعتبارها [ملصق إعلاني] .

2- الملصق " Poster ":

من أقدم تعريفات الملصق تعريف الفنان جون باريJohn Parry (1835) الذي عرّفهُ على أنه: تركيبة من الصور، والكلمات، أو أحدهما تتسم غالبا بطابع جرافيك مميز من أجل إحداث ردة فعل مرغوبة لدى المشاهد مثل: إيصال معلومة، تحذير، ترغيب، توعية... الخ

(Gallo, Quintavalle, Flowers, 2001). وذكرت غيث (172:2011) الملصق بأنه "عبارة عن صفحة مطبوعة من الورق المقوى تُعرض، في مكانٍ عام، وتنقل معظم الملصقات رسالة بسيطة تجمع بين الكلماتِ، والرسوم، أو الصور وقد تعلن الملصقات عن أحداث معينة من المسرحيات، أو الأفلام أو المعارض الفنية، كما يمكن أن تعلن عن منتجات تجارية أو تبلغ رسالة سياسية أو اجتماعية، أو توعوية، وغيرها".

كما يُعرف بكونه عبارة عن وسيلة إعلامية مصغرة (Small Media) على شكل مطبوعات متفاوتة الأحجام تتضمن معلومات ذات طابع بصري (Visual) ، وكتابي (Textuel) تستخدم لأغراض دعائية، و للتزيين، أو لعرض معلومات بصورة فعّالة حول موضوع معين حيث تعتبر طريقة عرض المعلومات هي الطريقة الأسهل والأنجح لضمان إيصال الرسالة بشكل واضح لأكبر عدد من الأفراد (Gobind & Ukpere, 2014).

لذا يمكن القول أن الملصق هو: عبارة عن وسيلة اتصالية بصرية وتعتمد على التصميم الجيد المبتكر، الذي يتكون من عناصر تصميمية بسيطة ومختزلة، من أشكال، وصور، ورموز، وكلمات لها معنى واضح يمكن فهمها بسرعة، ويستخدم لأغراض مختلفة، منها وظيفية، وأخرى جمالية، ويتوفر بأحجام مختلفة، ويتميز بإمكانية عرضه في داخل المباني وخارجها، وفي أماكن التسوق أو في مراكز المدن والضواحي، أو في الشوارع والساحات العامة.

وتجدر الإشارة إلى أن الملصق يُعدُّ أحد أهم الوسائل الإعلانية التي يُشاع استخدامها بكثرة بوصفه أكثر أنواع اللافتات انتشاراً، حيث يحتوي على فكرة واحدة محددة للجمهور وغالباً ما يحتوي على أكثر من فكرة في مضمونهِ؛ لأنه بذلك سوف يصبح مشتتاً ومشوهاً ولن يكون هناك قدرة على إيصال أكثر من فكرة للجمهور، ويتم استخدام الملصق كوسيلة اتصالية في المناسبات كالملصقات الإعلانية، الإرشادية، التوعوية، الوطنية، المعارض، والمؤتمرات ... وغيرها، لذلك يجب أن يتميز

الملصق بسهولة وسرعة الفهم بحيث يستطيع المتلقي فهمه بمجرد قيامه بنظرة سريعة نتيجة لقيام المصمم باختزال عناصر الملصق من (شعار، عنوان، صور، رسوم) ومزجها بشكل فني متزن وجذاب (برغوت، 2005).

ووضح غيث (2011) أن فن الملصق مازال يتوجه في رسالته بين مهمتين، مهمة تنمية الوعي ومن ثم الإقناع، ومهمة تطوير الثقافة البصرية، ونرى ذلك متمثلا في الملصقات التوعوية والتي تحمل توجهات توعوية معبرة، تجاه القضايا والمشكلات المختلفة التي يواجها المجتمع بما يتماشى مع ثقافة الناس ووعيهم من أجل ترسيخ مضمون الملصق التوعوي بما يحمله من أفكار إبداعية ورسائل بصرية في محيطهم ووجدانهم.

ويؤكد برغوت (2005) على ما أوصى به الخبراء بضرورة البساطة في تصميم الملصقات باختلاف أنواعها ملصق إرشادي، تعليمي، سياسي، توعوي ... وغيرها وضرورة الإيجاز والوضوح في التعبير عن الفكرة وأن تكون العناصر الفنية المستخدمة غير مزدحمة بالصور والرسوم والعناوين المكونة للملصق ، من أجل مراعاة الفهم السريع للموضوع، بالإضافة إلى مراعاة استخدام الألوان، وألا يكون هنالك مبالغة في كثره استخدامها، وأن تكون في أضيق الحدود داخل بنية الملصق، ولأنه يتميز بالعمر الطويل؛ فلا بد أن يتسم بالبعد الفني الجذاب.

الملصق التوعوي:

مفهوم الملصق " Posters ":

يُعدّ (الملصق) Poster أحد أهم الوسائل الاتصالية بوصفه رسالة فنية قد تكون جمالية، أو وظيفية، أو إعلانية بحته حيث نراه في الأماكن العامة والشوارع، فيكون بذلك وسيلة اتصالية جماهيرية تؤدي هدفاً فكرياً وثقافياً وسياسياً وإرشادياً وتوعوياً.. وغيرها، ويُراد من فكرتهِ التركيز على

المعاني من خلال الدلالات الموجهة والمتمثلة في عناصرهِ المكونة لهُ من أجل ايصال فكرة أو رسالة معينة للجمهور المستهدف. (إسماعيل، 2007).

ولقد تعددت التعريفات التي تناولت الملصق فقد عرفه (العزاوي، 11:1974) أنه: "مطبوع يُصَممُ من أجل أن يُفهم من نظرة سريعة حيث يجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوسائل اتصال مختصرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصرياً ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ بالوضع والتميز، فالملصق يعبر عن فكرة، ويسير في تكويناته بشكل مكثف في كل جزء منه ولأن الفنان يسعى من خلاله إلى تحقيق هذه الفكرة، عبر التغلب على المشكلات التي تظهر؛ فإنه يتضمن عنصراً ذهنياً عميقاً. وعرفتهُ (غيث، 254:2011) أنه: "عبارة عن تصميم ايضاحي (وسيلة ايضاحية) لتوصيل فكرة محددة أو مفهوم معين باستخدام وسائط عديدة منها : الصورة، الكتابة، الرسوم".

أما عبود (210:1985) فيعرفه أنه: " نوع من أنواع الرسم التي تتوجه الى الجماهير العريضة ولكن هذا التوجه يعرض بعض الشروط وأهمها سهولة القراءة والوضوح حتى آخر حد ممكن دون التنكر لأهمية الشكل بالرغم من خصوصيته".

وبناءً على ما سبق يمكن القول أن الملصقات التوعوية هي عبارة عن وسيلة اتصالية بصرية تهدف إلى مساعدة المتلقي على اكتساب الوعي والحس للتعامل مع المشاكل، والقضايا المختلفة التي تواجهه في الحياة، ومحاولة التأثير في سلوكه نحو الأفضل، بحيث يجب أن يكون لفكرةِ الملصق التوعوي معنى واضح ومفهوم للمتلقي.

نشأة الملصق ومراحل تطوره:

يعد الملصق أحد الجوانب المهمة في الإعلان لما له من علاقة مباشرة لتطور التصميم الإعلاني، فقد عومل كلوحة فنية بالإضافة إلى الجانب الوظيفي الذي يؤديه، وقد مرَّ بمراحل تطور التيارات والمذاهب الفنية المختلفة التي سادت أوروبا وأميركا، كما تأثر بالتطورات الحاصلة في ميدان الطباعة، والتصوير الضوئي، والتيبوغرافيا والإخراج الفني، ويرجع نشأة وتاريخ الملصق إلى المرحلة التاريخية التي أُنتج فيها وهي السنوات الأولى من اختراع الطباعة، إذ تم إنتاج أول ملصق مطبوع في القرن الخامس عشر عندما اخترع (جوتنبرج) Gutenberg (1438م–1445م) حروف الطباعة المنفصلة [اختراع الآلة الطباعة] (جسام، 2009).

ويؤكد الصقر (2008) على أن الملصقات الأولى كانت تحمل إعلانات ملكية ومراسيم بلدية، وإعلانات الأسواق، والمعارض، وإعلانات الكتب.

ويذكر هالدين Halldin (د. ت) أن بدايات الملصق تعود إلى عام (1477م) حيث تم إصدار أول ملصق من قبل (وليام كاكستون) William Caxton،

ويؤكد جسام (2009) أن كاكستون قام بتعليق ملصقات على الجدران من أجل الإعلان عن كتبه التي طبعها في مطبعته.

بيد أن الملصق أصبح فناً تصميمياً حديثاً وفي أغلب الأحيان يحتوي على مادة مكتوبة من أجل حمل رسالة إلى أكبر عدد ممكن من الناس بأقل تكلفة، وقد استعمل لأغراضٍ متعددة في أوقات الحروب، ولإقامة الدورات الرياضية، والحفلات الموسيقية... وغيرها، وبعد ذلك أصبح أداة إعلانية فاعلة في القرن السادس عشر من قبل الحكومات، والبلديات، حيث صيغت الكتابات يدوياً تتوسطها ملاحظات مطبوعة وواضحة، وكان الملصق آنذاك يحمل أفكاراً سياسية مما جعل

الحكومة تصدر قراراً عام 1653م ينذر بالموت لمن يطبع ويعرض الملصقات بدون ترخيص رسمي، وشهد القرن الثامن عشر ظهور أول ملصق مصور بطريقة الحفر على الخشب حيث كانت الرسومات بسيطة وبدائية فقد تركت أثراً على أفكار المصممين المعاصرين، وأثناء الثورة الفرنسية عام 1789م امتلت جدران باريس بالملصقات التي كان مفاد بعضها دعوةً لاجتماع عام للمواطنين وعلى كلمات بعض الأغاني الشعبية، وشعارات الثورة مما أسهم في إشعال الثورة وتأججها (جسام، 2009).

ونتيجة لتقدم الطباعة الحجرية [الطباعة الليثوغرافية] التي تم اختراعها من قبل الألماني (الويس سينفلدر) Alois Senefelder في فيينا عام (1798م)، فقد تطور فن الملصق نتيجة استخدام هذه الطباعة، حيث أصبح من الممكن أن تطبع الحروف والرسوم مباشرة على حجر الليثوغراف، وتم استخدام هذا النوع من الطباعة بشكل كبير حتى ظهور الطباعة الحجرية الملونة وعمل المصممون منذ ذلك الوقت على تصميم، وإنتاج الملصقات الملونة بشكل متزايد؛ مما أدى إلى تحول كبير في تاريخ الملصقات من الناحية الموضوعية والتعبيرية، وكان الملصق في ذلك الوقت يُستخدم لنشر الأحداث، والتعريف بالطرق، ووسائل السفر، كما كان يحتوي على صور توضيحية تدل على المعارض وأماكن الترفيه ... وغيرها. (Barnicoat, 1997).

تجدر الإشارة إلى أن نشأت الملصق مرت بمراحل تطور تاريخية والتي ازدهر من خلالها إنتاج الملصقات في النصف الأول من القرن التاسع عشر نتيجة تطور آلات الطباعة السريعة، واستخدمت من أجل الإعلان عن السكك الحديدية والمخازن الكبرى بالإضافة إلى ظهور الملصقات المسرحية لأول مرة، وذلك كما يلي:

المرحلة الاولى: تقع ما بين عام (1800م– 1919م) وفيها بدأ الملصق الحديث يأخذ أبعاده الكاملة، نتيجةً لتحرره شيئاً فشيئاً من قيود الطباعة القديمة ثم بدأت حركة الملصقات تصل

إلى فرنسا على يد مصمم الجرافيك (جولز شيريه) Jules Cheret، في عام 1867م الذي بدأ حياته المهنية بتصميم رسوم الأطفال ووسائل الإيضاح والملصقات، ورأى العالم أول ملصق حديث على يد شيريه إذ كانت فكرة الملصق دعوة مسرحية، رسم فيها امرأة شابة وهي سارة برنارد، ولقد تخصص شيريه في تصميم الملصقات المسرحية وقد تميزت ملصقاته بأشكال نسائية يسبحن في الفضاء، كما ركز في تصميماته على رقصات الممثلين ورقصة (الكان كان) المشهورة في فرنسا وامتاز على منافسيه من خلال أعماله وتصاميمه التي كانت تعتمد على الصورة والكلمة وظهرت قدرته على تحديد نقطة مركزية لجذب الانتباه بمساحات لونية كبيره وتوظيفها لمصلحة الاتصال السريع والمريح للمتلقي وخطوط جريئة لإبراز شخوص الملصق، فاستحوذ على الإعجاب بتوهج ألوانه ويذكر أنه صمم أكثر من (1000) ألف ملصق في حياته كما جعل من الكتابة والنصوص دوراً ثانوياً بالنسبة إلى حجم وتقنيات الصورة داخل الملصق من أجل ايضاح وتوكيد الفكرة في الملصق (king, 2003 ؛ الصقر، 2008).



ملصق (1) – جولز شيريه (1888)



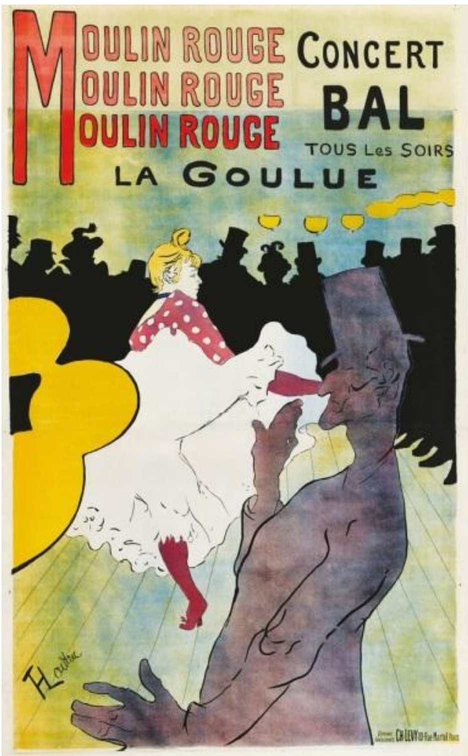
ملصق (2) – جولز شيريه (1982)

المرحلة الثانية: بين عام 1919م – حتى الوقت الحاضر، ظهرت مدرسة باريس لفناني الملصقات ووصلت إلى أفضل إنتاج لها في أواخر القرن التاسع عشر، ثم حدث تطور في فن الملصق بعد دخوله لميادين الفنانين الفرنسيين ومن رواد هذه المدرسة الفنان (هنري تولوز لوتريك) Toulouse Lautrec Henri (1864 – 1901) الذي أعطى الملصق خاصيته الفنية من خلال حركة الفن الحديث (Timmers, 2003) .

ونستطيع القول أن تولوز لوتريك يُعدُّ العلامة الفارقة الثانية في تاريخ الملصق؛ إذ تميزت أعماله بتكامل الخطوط ودرجة اللون الواضحة؛ ويذكر أنه تأثر بالفن الياباني من خلال خبرته في الطباعة الخشبية اليابانية، فأدخل في تصاميم ملصقاته رسومات لرقصات استعراضية وفنية مع كتابات بألوان واضحة وجذابة، ويعد ملصقه للراقصة الفرنسية الشهيرة (غولو) التي كانت بطلة

استعراضات مرقص ومسرح الطاحونة الحمراء (مولا روج) في باريس واحداً من أهم ملصقات حركة الفن الحديث الذي نال شهرة كبيرة بعد أن لفت تصميم الملصق انتباه الناس كما نال استحسان نقاد الفن ومصممي الملصقات والإعلانات حتى أصبح الملصق أفضل دراسة في الفن الحديث عامةً وتصميم الجرافيك خاصةً في معظم مدارس الفن في أوروبا (إسماعيل، 2007).

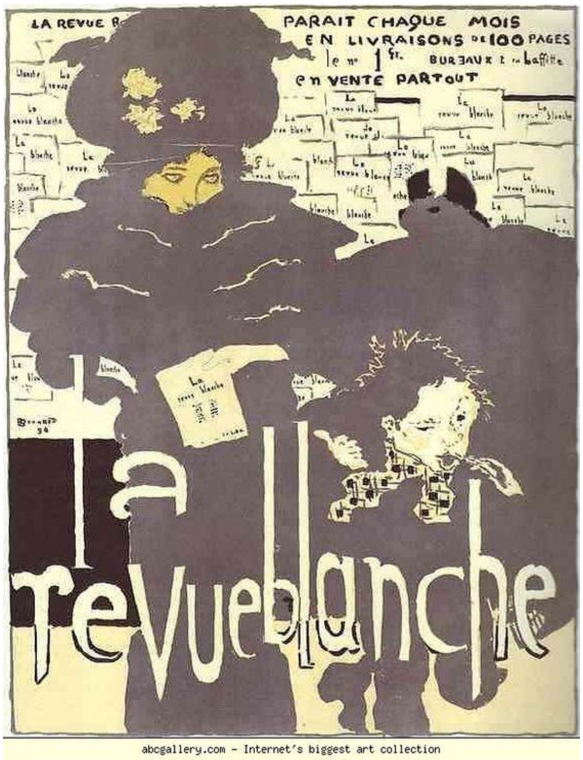
ويرى كل من غيث (2011)، وحموري وفرج (2010) أن تولوز لوتريك اكتسب شهرة كبيرة بسبب تصميماته الواضحة والجميلة والمفعمة بالحس التصويري والحس اللوني والأثر التعبيري للملصقات، ولقد ساهم ذلك في تطور الملصق تطوراً فنياً وكمياً ونوعياً من حيث التصميم والتنوع التقني وطريقة التعبير واستخدام الألوان والمساحات اللونية الواسعة.



ملصق (3) – تولوز لوتريك (1891)

وذُكرَ أن هناك عدداً من الفنانين، والمصممين قد تأثروا بأسلوب الفنان لوتريك مثل الفنان ويليام نيكلسون William Nicholson الذي قام بتصميم ملصقات رائدة في عام 1897م مهدت لاستخدام الاختزال الظلي في فن الملصق أما المصممين الذين أغرتهم أعمال لوتريك فهو المصمم بيير بونارد Pierre Bonnard وغيره من الفنانين (جسام، 2009).

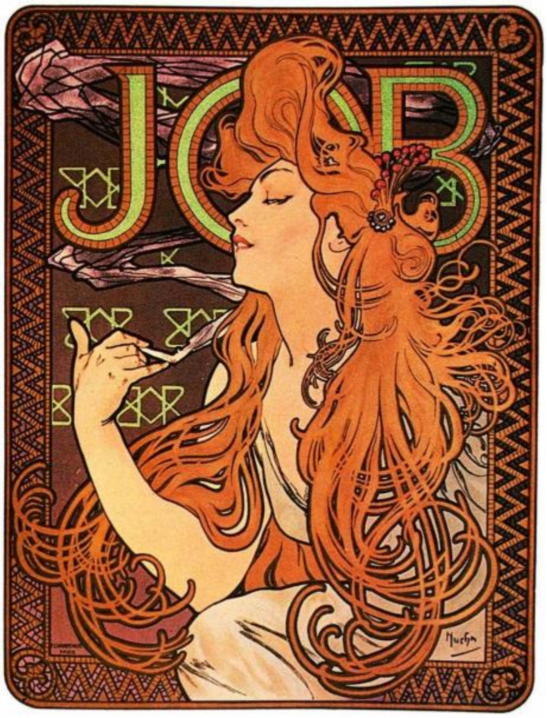
ويؤكد الصقر(2008) أن بيير بونارد عمل على ابتكار وتجديد موثر ظهر من خلال ملصقه الإعلاني في عام 1894م المسمى La Revue Blanche والذي كان نموذجاً جديداً له أثر كبير على تصميم الملصق.



ملصق (4) – بونارد (1894)

بحيث استخدم النص كعنصر مكمل للإيضاح؛ فقد تشابكت الصورة المطبوعة مع الحروف والكلمات، واستخدم كلمات مطبوعة صغيرة ليشكل الخلفية، ولا يزال هذا النوع من التصميم نشهده في ملصقات القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين.

ويذكر الراوي (2011) أن من أكثر المصممين استخداماً لأساليب الفن الحديث الفنان التشيكي (ألفونس مونش) Alphonse Mucha، الذي اعتمد في تصميمهِ للملصق على وجود رسوم لشابات جميلات وزخارف تتداخل مع خصلات الشعر، والملابس الفضفاضة، وقد أوجد لنفسهِ دوراً مهماً في مجال فن تصميم الجرافيك في هذه الفترة من خلال إيصال أعمالهِ التصميمية لعامة الناس عن طريق الملصقات الإعلانية، وأغلفة المجلات، والكتب، والشعارات التجارية.



ملصق (5) – الفونسو مونش(1897)

أما الفنان البلجيكي هنري فان دى فيلد Henry Van de Velde يُعدُّ أحد المؤسسين الرئيسيين لحركة الفن الحديث (Art Nouveau)، فقد صمم ملصقاً اسمهُ Tropon أعتبر حدثاً مهماً في عام (1899م) حيث أزال الأشكال الانسانية من الصور واستبدلها بأشكال مجرده فتميزت تصميماتهُ للملصق بابتكار فئة جديدة لتصميم الملصق من خلال استخدام الخطوط المتموجة،

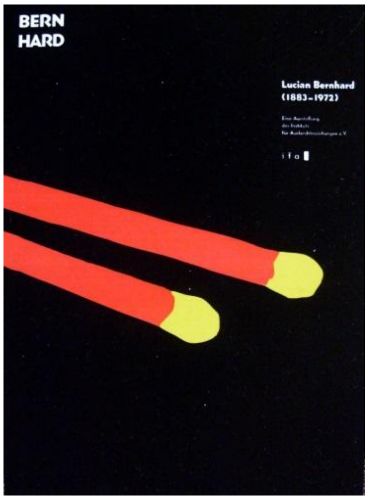
والألوان الدافئة، فجمع في هذا الملصق بين التعبير في الرسم والمهارة التصميمية التي ارتكزت على القدرة في إيجاد قنوات مرئية لتحقيق اتصال بصري على مستوى جماهيري



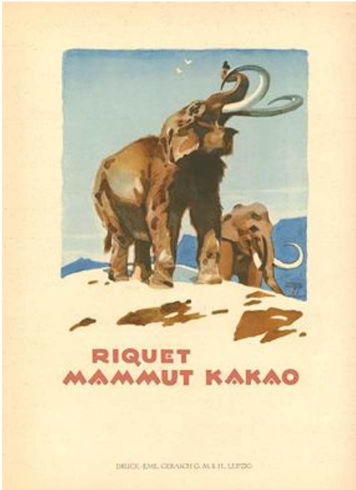
ملصق (6) – دى فيلد (1899)

وفي عام (1905م)، تأسست مدرسة ألمانية لفن الملصق تدعى بلاكستل (Plakatstil) تم إنشائها بمبادرة من مصمم الجرافيك الألماني لوسيان برنرهارد (Lucian Bernhard) الذي أدخل نوعاً من التجديد في إخراج الملصق حيث قام بعملية تداخل وتراكيب بين الصور والنصوص، حيث قامت المدرسة بتشجيع مصمميها على استخدام شخوص وأشكال وكائنات حية في تصاميمهم، حيث يتم تبسيطها بالتخلص من تفاصيلها العميقة لتسهيل التواصل البصري، كما اعتمدت بلاكستل استخدام خلفيات لونية متواصلة وصافية بالإضافة إلى اعتمادها على تركيبات لونية معينة كالأخضر المشع، والأحمر الناري، والزهري المشرق، والأصفر الفاقع وهي ألوان تمتاز بالعمق والصفاء الحاد وذلك من أجل المساعدة في قوة الاتصال البصري وقد عمل أيضاً في

مدرسة بلاكستل عدد من الفنانيين الألمان منهم: لودفيغ هوهلوين Ludwig Hohlwein، ويوليوس غبكنز Julius Gipkens وغيرهم (Le Coultre & Purvis & Martin 2002؛ الراوي، 2011).



الملصق (7)
لوسيان بيرنارد (1999)



الملصق (8)
لودفيغ هوهلوين (1926)



الملصق (9)
يوليوس غبكنز (1917)

ولقد ساهمت مدرسة الباهاوس (Bauhaus) الذي أسساها المعماري الألماني (والتر غروبيوس) Walter Gropius عام (1919م – 1933م) في إغناء وبناء تصميم الملصق بطريقة جديدة من خلال اهتمامها بالحروف والألوان والتقنية، وأصبحت هذه المدرسة مرجعاً لعدد لا يحصى من الأفكار والحركات الفنية، حيث بدأت في سنواتها الأولى بطابع تعبيري يحاكي المدرسة التعبيرية في الرسم، ثم سعت من خلال أعمالها ومناهجها إلى تحقيق وحدة موضوعية تجمع بين الفن والتكنولوجيا، كما قدمت تصاميم وظيفية تستخدم أشكالاً فنية في بعض الأحيان مستوحاة من فنون الحداثة لتعبر بها عن عصر الآلة (Le Coultre et al, 2002؛ إسماعيل، 2007؛ الراوي، 2011).

أما الفترة من 1914م–1924م فقد شهدت تياران لإنتاج الملصق هما:

- **التيار الأول:** كان سمة للملصقات التجارية، وملصقات الحروب ففي بداية الحرب العالمية الأولى عام (1914م) خضع الملصق لتغيير جذري، حيث تميز بالاتجاهات المحلية والواقعية، فأصبح الملصق وسيلة دعائية استخدم لغايات التشجيع للتجنيد بالجيش من أجل القتال، ولبيع السندات الحربية وفي هذه الفترة لم يكن لشكلها الفني أي معنى مقارنة بالملصقات التي سبقت الحرب، بل كانت بسيطة وتخدم القوى المتحاربة اكثر من خدمتها ميدان الثقافة (الصقر، 2008؛ جسام، 2009).

ومن أشهر الملصقات السائدة في تلك الفترة للمصمم الأمريكي (جيمس منتغمري) James Montgomery الذي قام في عام 1917م بتصميم ملصق أطلق عليه اسم " أريدك" I Want You و أظهر فيه العم سام الذي يعد رمز هام للأمريكيين وهو يشير بإصبعه إلى المشاهد، وفيه يحث الأمريكيين على الالتحاق بالجيش، ويُعدُّ هذا الملصق من أهم الملصقات الدعاية السياسية

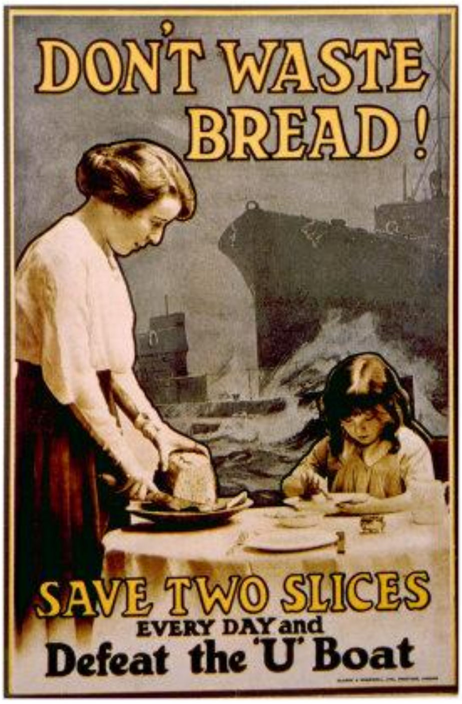
(الصقر، 2008).



ملصق (10) – جيمس منتغمري(1917)

- **التيار الثاني:** تأثر بالأفكار الجديدة للباهاوس، والدادئيين، حيث استخدمت الكتابة بواسطة ماكينات الطباعة من قبل مصممي الباهاوس كما استخدمت تقنيات جديدة كالفوتومونتاج والكولاج التي استخدمها الدادئيين (جسام، 2009).

أما خلال الحرب العالمية الثانية (1939م–1945م) ظهر تجديد فني للملصق مما أكسبه طابعاً تصويرياً يحمل في طياتهِ رسالة فنية وجمالية، فأصبح بذلك يحمل مواضيع متنوعة إلى جانب المواضيع الدعائية، ظهر من بينها الملصقات التوعوية، والتنظيمية للمجتمع مثل الملصقات التي تحمل عناوين (تنبه إلى عدم تبذير الخبز)، بالإضافة إلى كثير من الملصقات التي استخدمت كطاقة إعلامية وتوجيهية (اسماعيل، 2007).



ملصق (11) – World War I, British Home Front Poster (1917)

أما بعد الحرب فقد ازدهرت ملصقات الدعاية واستخدمت تقنية الفوتوغراف (الفوتومونتاج والكولاج) المتطورة وبدأت بالظهور على الساحة الفنية من خلال عمل ملصقات الدعاية والتوجيه والإرشاد الاجتماعي والتوعوي لترويج السلع والخدمات، وتأثر هذا النوع من الملصقات بأسلوب المدارس الفنية الحديثة حيث استغل طاقة الرمز في توصيل المعاني الأكثر تعقيداً؛ لتكون أكثر وضوحاً في نقل معالم الملصق، وإيصال فكرته بشكل واضح إلى الجمهور المستهدف (جسام،2009).

ويواصل الملصق منذ نشأته وصولاً للقرن العشرين وحتى وقتنا الحالي في توجيه رسائله المختلفة بين مهمتين، **المهمة الاولى:** وهي تنمية الوعي ومن ثم الإقناع، **والمهمة الثانية:** مهمة تطوير الثقافة البصرية عن طريق إعادة المفردات والرموز الدالة المكونة للملصق التي يتوجه بها إلى مختلف الثقافات والشرائح المختلفة في المجتمع ويواصل أيضا تعبيره عن القضايا والمشاكل

التي يتناولها والمراد إيصالها للناس بما يتناسب مع ثقافتهم ووعيهم من أجل ترسيخ فكرة الملصق وحضوره في عقولهم ووجدانهم وقد قام العديد من المصممين بتصميم ملصقات تم جمعها على أنها أعمال فنية وهي أشكال إعلانية مطبوعة مثل الملصق، البروشور، الفلاير (Rennert,1999؛ غيث، 2010).

ومع اكتشاف الكمبيوتر وتطور برامج الرسم والتصميم مثل الفوتوشوب، والالستريتر، والكورل درو وبرامج الرسم الهندسي الأتوكاد أصبح من السهل تصميم الملصقات التوعوية التي يمكن أن تكون لها دور فاعل في التأثير على أفراد المجتمع (الصقر، 2008).

أنواع الملصقات

تتعدد أنواع الملصقات في تصميم الجرافيك حسب الوظيفة والهدف المرجو منها؛ فمنها ملصقات سياسية وثقافية وتعليمية وتوعوية، كما أن هناك العديد من التسميات والتقسيمات للملصق، حيث أن هدف الملصق الأساسي يحدد نوعها. في هذا السياق يقسم نونينج (2013) Nunyenge الملصقات **إلى سبعة أنواع أساسية:**

1- الملصقات الإعلانية: وهي الأكثر شيوعاً وتستخدم لترويج منتجات معينة.

2- الملصقات الدعائية: وهي تروج لفكر أو توجه أيديولوجي معين وتندرج ضمنها الملصقات السياسية.

3- الملصقات الموضوعية: وهي تتناول موضوعاً معيناً مثل ملصقات الأفلام والمهرجانات والمسرحيات.

4- الملصقات التربوية: وتندرج ضمنها الملصقات الأكاديمية و تستخدم للأغراض العلمية مثل عرض الأبحاث داخل المؤتمرات والندوات العلمية والفنية.

5- الملصقات التحفيزية: وهي التي تسعى لإيصال رسالة ملهمة و تحمل طابعاً تحفيزياً.

6- الملصقات الصحية: وهي التي تسعى لنشر الوعي والوقاية الصحية.

7- الملصقات التعليمية: وهي تأخذ طابعاً معلوماتياً وتثقيفياً وتندرج تحتها الملصقات التوعوية أو الإرشادية أو التذكيرية.

تكامل أسس وعناصر التصميم:

لا تختلف الملصقات التوعية في أسس، وعناصر تصميمها عن باقي الوسائط الجرافيكية الأخرى مثل "الفلاير" و"البروشور" والنشرات... وغيرها، وتعتبر العناصر، والأسس من الأبجديات التي يتقن التعامل معها أي مصمم وهي :

1-**الخط** " **Line** ": يعد الخط من أهم العناصر البنائية في الملصقات التوعوية فهو يساعد على تكوين التصميم ويعطينا الهدف الأسمى منه كما أنه يعبر عن الفكرة والمضمون في التصميم ويمكن من خلاله زيادة الإحساس بالعمق ومن أبرز ميزاتهِ قدرته على الإيحاء بالكتل والأشكال المختلفة (الصقر، 2009).

2-**اللون** "**Color**": يعد من أهم عناصر التصميم الأساسية حيث يدخل في بناء وتصميم الملصق، فلا يظهر تجسيد لمكونات الملصق بدون الألوان ويمثل اللون دلالة أحياناً في الملصق ويفضل استعمال الألوان الملائمة للموضوع مع بيان القيمة الضوئية في الألوان المستخدمة بحيث يحمل مضموناً وينشئ الرسومات والصور ويعمل على جذب انتباه المتلقي (Van Dalen & Gubbels & Engel & Mfenyana, 2002؛ القصاص، 2008).

3-**الشكل** "**Shape**": يعد الشكل من العناصر الهامة التي تدخل في تكوين وبناء الملصق، ويكون واضحاً من خلال تناقضه مع الخلفية الموجودة (Background) للملصق، وتعد استجابة المتلقي وتفهمه للأشكال المكونة للملصق من أرقى مكونات نمو الادراك الذوقي والمعرفي لدى البشر، ويساعد الشكل في تمثيل فكرة الملصق واعطاء الرسوم والصور أشكالاً مثيرة تعمل على جذب انتباه المتلقي (الصقر، 2009).

4-**النسبة** "**Scale**": إن جميع الأشكال في الملصق لها قياسات مختلفة نسبياً فمنها أشكال كبيرة أو صغيرة يمكن قياسها، فالقياس عنصر مهم؛ لأنه يمكن أن نضمن من خلاله أن يكون العمل الفني منتظم وجذاب، كما يساعد على ابراز العنصر الأكثر أهمية مما يعمل على جذب انتباه المشاهد أو المتلقي للعمل الفني، ويمكن من خلاله إحداث تباين عنصرين مما يساعد على زيادة درجة الاهتمام بالموضوع، بالإضافة إلى أنه يجعل رؤية العناصر بشكل أسهل كما يبرز العنصر الأكثر أهمية ويجعله أكبر ويعمل أيضاً على تأسيس نظرة ثابتة في كافة أنحاء الملصق (القصاص، 2008؛ Moore & Augspurger & King & Proffitt, 2001)

5-**الملمس** " **Texture** ": يدلُ الملمس على الخصائص والأحاسيس التي يحملها السطح الخارجي للأجسام، حيث تتعدد ملامس السطوح بين النعومة والخشونة أو بين الغائر والبارز أو المستوي، ويمكن استخدامها في إظهار الانطباعات المثيرة في الصورة، إذ تعد الصورة المطبوعة على الورق نوعاً من أنواع التأثير والإحساس البصري الذي يعبر عن ملمس معين والتي تتشكل عن طريق ترتيب جزيئاتها على سطح الملصق فينتج عنها قيم ملمسيه متنوعة يمكن للجهاز البصري التعرف عليها، فتعد بذلك الأشكال المصممة في

الملصق ظاهرة محسوسة أو مدركة بالعين فتضفي فخامة على العمل الفني في الملصق (الصقر، 2009؛ Mandoli, 1996).

6- **الفضاء** " **Space** ": يرى القصاص (2008) أن الفضاء في الملصق يظهر من خلال المسافة أو المنطقة التي تكون حول عناصره وهو بذلك يفصل بين عناصر الملصق ويبرز الأشكال ويعطي العين راحة بصرية، وله استخداماتهُ في الملصقات التوعوية وهي:

- إبراز العناصر التصميمية في الملصق.
- إيجاد علاقة بين العناصر والمفردات المكونة للملصق وربطها ببعضها.
- إعطاء العين راحة بصرية عند النظر للملصق.

الأسس البنائية للملصقات التوعوية:

لكي يصبح الملصق قادراً على جذب الانتباه، وإثارة اهتمام المشاهد يجب أن تتوفر فيهِ الأسس البنائية الآتية:

1- **الصورة:** تعد الصورة الطباعية إحدى أهم العناصر التيبوغرافية في الملصقات التوعوية لما لها من قدرة تعبيرية حيث تسهم في إيصال الفكرة إلى المتلقي عبر لغة بصرية تحاكي موضوع الملصق التوعوي، إذ إن الإنسان بطبيعته يميل إلى التعبير بالصور خصوصاً في الملصق لما لها من طاقة تعبيرية تخاطب المتلقي بشكل مباشر كونها تقوم على جذب انتباهه والتأثير فيه، فنتوصل بذلك إلى أن وظيفة الصورة في الملصقات التوعوية تعد وظيفة تعبيرية واقعية، بقدر تعلق الفكرة والموضوع بالزمان والمكان مع ارتباطها بالخواص النفسية والفسيولوجية (Van Dalen. et al, 2002).

2- **الرسوم أو الاشكال الجرافيكية:** يقصد بها اللوحات الفنية ذات الدلالة المرتبطة بفكرة الملصقات التوعوية، والتي يتم رسمها إمّا يدوياً، أو باستخدام تقنيات الحاسوب، وتلعب الرسوم دوراً كبيراً دون وجود الكتابة النصية، فتصبح بذلك ذات قدرة عالية على التعبير وتوصيل الأفكار دون كتابة، لذا يجب أن تمتاز بمستوى فكري، وفني، وتقني عالي لمخاطبتها جميع المجتمعات الإنسانية. (خليل، 1987؛ Erren & bourne, 2007).

3- **الكتابة أو النص:** تعد الكتابة من الأْمور الهامة في تصميم الملصقات التوعوية لما لها من أثر بالغ الأهمية على المتلقي فهي ترتبط بمحتويات الملصق، لذلك يجب أن تكون واضحة ومختصرة ومعبرة عن الفكرة وأن تتميز بسهولة قراءتها حتى لو بنظرة خاطفة وسريعة، ويمكن وضع الكلمات في الملصقات التوعوية بأشكال وأحجام تجعلها تبدو مختلفة كما يمكن تكبيرها، أو تصغيرها بالإضافة إلى إمكانية أن تكون الكتابة خفيفة أو غامقة، ويمكن أيضاً أن تكون أحرفها مائلة، أو مستقيمة مع إمكانية إبراز بعض الأحرف عن بقية الكلمات بدرجات مختلفة ومتفاوتة كأسلوب للتعبير عن معاني الكلمات والتي تؤثر في قراءة وفهم الكلمات المكونة للملصقات التوعوية، وعليه فإن الوظيفة الأْساسية للكلمات والجمل هي التي تُكوّن الصورة العقلية بهدف توصيل الفكرة بشكل واضح وبسيط إلى المتلقي، كما تعد عنصراً أساسياً في بناء شكل الملصقات التوعوية Butz & Kohr & (Jones, 2004)

4- **الرسائل الموجهة:** هي الكتابة التي تحتل المكان البارز في الملصقات التوعوية وتعتبر عامل لجذب انتباه المتلقي والتأثير فيه، وللعناوين دوراً كبيراً في تحقيق الهدف الاتصالي خصوصاً في الملصقات التوعوية ويظهر ذلك بشكل كبير من خلال سمك الحروف وألوانها وأحجامها لهذا يجب أن يكون الخط، وسمكه، وحجمه في العنوان الرئيسي للملصق

أكبر حجماً من العناوين الأخرى الفرعية مما يؤثر بشكل كبير على وضوح العنوان لعين القارئ أو المتلقي (Hamilton, 2008).

آلية ادراك الملصقات:

من المتعارف عليهِ أن الإدراك هو القدرة على الرؤية والسماع، أو قدرة الإنسان على معرفة بيئتهِ من خلال الحواس. وهو طريقة لفهم شيء ما أو تفسيره؛ فالانطباع العقلي بشكل عام، ينظر إلى المصممين على أنهم مطورون رئيسيون لحالة الادراك، وأن تصاميمهم الناجحة تحقق الإدراك من خلال استخدام الأشكال، والألوان، الأحرف، والصور، والضوء. وقد وضعت الدراسة الأساسية للإدراك في تصميم الجرافيك في عام 1920 من خلال نظرية الجشطالت، وهو مصطلح علم النفس الأساسي الذي يعرف "الكل موحد". من خلال استخدام مبادئ التشابه في الأجسام، واستمرارية العين، وإغلاق المساحات، والقرب من أو تجميع الأشكال، والأجسام، حيث يمكن إنشاء إدراك بصري جرافيكي للأفكار، والرموز.

ويذكر عبد الحميد (2005) أن علماء الجشطلت ركزوا على العلاقات بوصفها المفتاح الأساسي للمعنى، ودرسوا كيفية اندماج القوى التلقائية لتكون وحدات كلية مختلفة، وكيفية تشكيل الكليات من بين الأجزاء الإدراكية، ويندرج ذلك تحت الإطار العام لنظرية الجشطلت التي تعني بالألمانية " التشكيل" وهي نظرية نسبية ذهنية تتحكم في العمل من الكل إلى الجزء، وقد وضَعت مبادئ هذه النظرية الأساس الخاص لعملية الاستكشاف العلمية الحالية للعمليات الإدراكية، وهي خاصة (بالبساطة، والاستمرار، والتنظيم والتناغم ، والانسجام ... وغيرها)؛ فبذلك تكون عملية الإدراك في ضوء التصور الجشطلتي عملية فاعلة وانتقائية إيجابية قادره على الاختيار، والاستبعاد،

وتضمين، واشتمال كل ما هو أساسي وجوهري في تكوين الأشكال، أو البناء، أو الصيغ الكلية، وتجاهل كل ما يختلف ويتناقض مع هذا البناء الجشطلتي.

ويؤكد العربي (2009) على أن هناك إعتبارات أساسية يجب على المصمم أخذها بعين الاعتبار في العملية التصميمية وهي: (الوحدة، والإيقاع، الاتزان، التناسب، والسيادة)، فالوحدة في التصميم مهمة جداً وتتحقق إذا نجح المصمم في تحقيق اعتبارين أساسيين:

الأول: علاقة أجزاء التصميم ببعضها البعض: فيجب على المصمم أن يعي تماماً علاقة الجزء بالجزء، والتي يقصد بها الأشكال، والأجزاء، والخطوط، والألوان، والقيم السطحية، ومعنى علاقة الجزء بالجزء، والأسلوب الذي يتألف فيه كل جزء في تصميم الملصق مع الآخر، فيصبح كلاً متكاملاً فيُظهِرُ إحساساً بالصلة المستمرة بين الأجزاء.

الثاني: علاقة كل جزء منها بالكل المتكامل: هي الأسلوب الذي يصل بين كل جزء على حدى مع الشكل العام، بحيث لا تكون هناك قيمة للعلاقات بين الأجزاء مع بعضها البعض في تصميم الملصق إذا لم تتوافق هذه الأجزاء مع المساحة الكلية التي تشغلها.

خصائص تصميم الملصقات:

خصائص الملصق بشكل عام، والملصق التوعوي بشكل خاص هي نفس الخصائص والتي ترتكز الى البساطة، والاختزال، والمباشرة والوضوح، ويرى صالح (1981) أن هناك عدة خصائص للملصقات من أبرزها:

1- جذب الانتباه من خلال الأشكال، والألوان، والأحجام، وتفاوتها عن طريق النقطة المركزية (المركز البصري)، فيعمل حجم الملصق الكبير على جذب الانتباه في معظم الأحيان أكثر من الحجم الصغير.

2- تحتوي على الفكرة الواحدة المباشرة والواضحة والبسيطة.

3- أن تكون الكلمات للعناوين قصيرة ومؤثرة وسهلة القراءة ومرتبطة مع فكرة الملصق.

4- يجب أن تتميز بالسيادة لبعض العناوين والأشكال على أخرى حسب موقعها في الملصق.

العملية التصميمية لبناء الملصقات:

لا بد لأي مصمم من أن يتبع مجموعة من الخطوات التي تعتبر استراتيجية في عملية تنفيذ أي تصميم وهدفها تحقيق الحل البصري المناسب لهدف أو غاية التصميم. وهذا يعتمد على كون الملصق تصميم مرئي يستخدم فيهِ الصور، والألوان، والأشكال والتايبوغرافي، والهيئات لتعزيز سهولة التواصل، وتحسين تجربة المستخدم، وهذا يتطلب من المصمم أن يكون واعياً لطريقة التفكير في انتاج التصميم، وهناك خطوات من عملية تصميم الجرافيك لمتابعة ذلك، من شأنها أن تساعد المصمم على تحقيق أفضل النتائج وتوفير الوقت، والطاقة من خلال البحث أولا في الموضوع، وفهم بالضبط ما يحتاج الجمهور الخاص بالمصمم.

وتذكر غيث (2011) أن هناك خطوات يجب مراعاتها عند تنفيذ الملصقات وهي:

اولاً: جمع المعلومات وتقييمها وتحديد الجمهور المستهدف.

ثانياً: وضع التخطيطات والرسوم الأولية وتعد أفكار مبدئية للموضوع.

ثالثاً: مرحلة التنفيذ وهنا تُعدُّ مرحلة شبه نهائية عن طريق تحديد الفكرة بشكل أكبر.

رابعاً: الشكل النهائي والتنفيذ الكلي للملصق بحيث يمكن في هذه المرحلة استخدام صور ورسوم كما هي ومعالجتها عن طريق (الإضافة، الحذف أو التلوين).

الفكرة الفنية في الملصقات التوعوية:

تعد الفكرة نموذجاً عقلياً للأشياء الحسية، وتصوراً ذهنياً يتجاوز عالم الحس، فالفكرة عند المعماري تختلف عن مصمم الجرافيك ولكنهما يتشابهان في قدرة كل واحد منهما على كيفية التفكير، وبناء أفكار فنية معينة، فالفكرة الفنية (Artistic Idea) هي التي تشغل حواس الفنان ومشاعره، ويراد التعبير عنها بطريقة ما باستخدام تقنيات وخامات معينة، فتتشكل للمصمم الصورة الذهنية داخل مخيلته، وتعد الفكرة بذلك أساس التصميم الناجح، وبوصفها أداة اتصال جماهيري يجب أن تتسم بالبساطة والموضوعية والقدرة على التأثير في الجمهور المتلقي بالإضافة إلى مقدرتها على التفاعل مع المتلقي عن طريق مكونات الملصق وبنيته الموضوعي (Smith,1989).

وبما أن الملصقات التوعوية كباقي الملصقات هي وسيلة اتصال بصرية هدفها مساعدة المتلقي على اكتساب الوعي والحس في التعامل مع الأمور والقضايا والظواهر المختلفة التي تواجهنا في الحياة اليومية؛ لذلك يجب أن تكون لفكرتها معنى واضح ومفهوم للمتلقي، كما يجب أن تتصل الفكرة في الملصقات التوعوية اتصالاً مباشراً مع الموضوع والمعنى والمضمون المكونة لها، وهنا يجب أن نذكر أن الملصقات التوعوية تتكون عادةً من صورة أو عدة صور توضيحية ملونة أو غير ملونة، يصاحبها نص إرشادي توعوي، أو دلالة معينة، وهي بذلك تعتبر وسيلة فاعلة حيث تسهم في التوعية الفكرية للمتلقي إلى جانب تطوير الذوق الفني بما يتناسب مع خبرة المشاهد وثقافته المحلية والمعاصرة (إسماعيل،2007).

التنوع التقني في تصميم الملصقات التوعوية:

يعرف (النوري، 2002) التنوع التقني أنه: الطرق والأساليب المتنوعة في التصاميم المختلفة من أجل تحقيق هدف معين، ويرتبط التنوع التقني في الملصقات التوعوية ارتباطاً وثيقاً بتطور

وسائل التنفيذ والتي تعتمد بشكل أساسي على التطورات المرتبطة بتقنيات تلك الوسائل ومواكبة آخر المستجدات لها من حيث: الكم والنوع، مع الحفاظ على كل من الشكل والمضمون داخل الملصقات التوعوية، إلا أن هناك نوعان من التقنية كان لها أثر بالغ الأهمية في الملصقات وهما:

1- **الاختزال (Reduction)**: يؤثر الاختزال من الناحية التقنية في شكل الملصقات التوعوية حيث يبتعد الشكل عن ملامحهِ الحقيقية والشكلية، وفي نفس الوقت لا يُعدُّ تجديداً، بل يحافظ على السمات المميزة للشكل داخل الملصقات التوعوية، ويستخدم المصمم الاختزال باعتبارهِ فعلاً تصميمياً يتم بناءً على شكل الملصق وصفاته المظهرية، ويكون الاختزال مجسداً دائماً من خلال الشكل، اللون، الملمس (الخامة)، والقيم الضوئية

2- **التكثيف (Condensation)**: يُعدّ التكثيف فعلاً يقوم به مصمم الجرافيك من خلال العناصر المكونة للملصقات التوعوية وهي: اللون، الشكل، الملمس، أو من خلال العناصر التيبوغرافية: كالرسوم، والكلمات والصور، ويتحقق التكثيف في فضاء الملصقات التوعوية من خلال الشكل، والصور لجذب الانتباه والتأكيد على دورها فنياً واتصالياً (إسماعيل،2007).

المقومات الواجب توافرها في الملصقات التوعوية:

الملصقات هي وسيلة اتصال متخصصة تتطلب تخطيطاً، وتصميماً دقيقين لضمان أن الجمهور رسالة الملصق، وعلى الملصق أن يكون وسيط فاعل ولن يكون مؤثراً مالم يكن مباشراً، ومختزلاً، وبسيطاً، ومؤثراً، ويرى العلاق والربابعة (2007) أنه حتى يحقق الملصق أهدافه يجب أن تتوافر فيه المقومات الآتية:

- أن يكون قادراً على إثارة وجذب الانتباه، لدى المشاهد.
- أن يكون قادراً على تنمية الوعي والإدراك لدى المشاهد.
- أن يكون قادراً على إبقاء الوعي والإدراك متوهجاً لدى المشاهد.
- أن يؤدي إلى نتائج تخدم المشاهد يتغير سلوكه تجاه القضايا والمشكلات التي تحملها رسالة الملصق.

ولكي يحافظ الملصق على هذه المقومات للوصول إلى أهدافه المرجوة، يجب أن تتوافر فيه عدة عوامل أهمها:

- **التكرار**: إن تكرار نشر الملصق الذي يختص بنشر الوعي ومواصلة عرضه على المشاهدين، يسهم في تحقيق الأهداف التالية:

أولاً: تثبيت الرسالة التوعوية في ذهن المشاهد

ثانياً: تكرار نشر الملصقات يسهم في الإلحاح على المشاهد بتقبل الفكرة المراد إيصالها إليه.

ثالثاً: إتاحة الفرصة لأعداد جديدة من المشاهدين لرؤية الملصق.

- **الاستمرار**: يساهم في نشر الملصق التوعوي بشكل مكثف في عدم نسيانه، كما أن فاعلية الملصق تعتمد على استمرار عرضه يبقى فيظل الأثر التراكمي نتيجة استمراره، حيث يؤدي إلى تثبيت الرسالة التوعوية في ذاكرة المشاهد.
- **الوقت** : إن توفير الوقت من الأمور الضرورية الواجب توافرها لنجاح وصول مضمون الرسالة التوعوية للملصق؛ لذا يجب أن يراعي المصمم عامل الوقت حتى يتسنى لفكرة الملصق أن تجني ثمارها.

الأثر النفسي الذي يحققه التصميم الجيد للملصق التوعوي:

يعرف التصميم بأنه فعل اتصال، وهو ما يعني وجود فهم عميق للشخص الذي يتصل بهِ المصمم، من أجل الحصول على فهم أفضل لاحتياجات الناس، ويوصى المصممين أن يأخذوا في الاعتبار المبادئ النفسية للسلوك البشري، والتطلعات والدوافع، استناداً لذلك يمكن أن تكون نتائج التصميم أكثر إيجابية في حال تطبيق المصمم لقواعد علم النفس في العملية الإبداعية من خلال معرفتهِ، وفهمهِ الوثيق للجمهور المستهدف، فإن معرفة علم النفس تساعد على خلق التصميم الذي سيجعل المستخدمين مدركين لما هو مطلوب منهم.

ويقوم علم النفس بدراسة سلوك الإنسان من خلال محاولة وصفهِ، وتفسيرهِ، ومعرفةِ حقيقة دوافعه، لذا يؤكد العبدلي والعبدلي (1993) أنه إذا عُرِف دافع الإنسان أمكن تفسير سلوكه الناجم عنه، ويُعدُّ هذا المجال هام في تحقيق هدف الرسالة التوعوية للملصق ولكي يؤدي الملصق دوره ويحقق هدفه عليه أن يحقق الأثار النفسية الآتية:

1- **جذب الانتباه:** وهنا يقع على عاتق المصمم ابتكار أفكار جديدة تستحوذ على جذب انتباه المشاهد ويعتبر الحجم، المساحة، موقع الإعلان، تصميم وبناء أجزاء الملصق، استخدام الصور والرسوم... وغيرها من العوامل المهمة التي تعمل على جذب انتباه للمشاهد.

2- **إثارة الاهتمام:** لكي يكون الملصق ناجحاً يجب على المصمم تهيئة ذهن المشاهد ليتقبل الرسالة التوعوية فبالتالي تكون كل من مرحلتي الجذب، والإثارة متكاملتين، فالمرحلة الأولى تهتم بالشكل والتصميم والمرحلة الثانية تهتم بالمضمون.

3- **الرغبة:** بعد أن يقوم المصمم بإثاره الاهتمام وجذب انتباه المشاهد تأتي مرحلة تحقيق الرغبة في تغيير دوافعه واتجاهاته.

4- **الاقتناع:** تعتمد عملية الاقتناع على العاطفة والعقل معاً وهنا يقع على عاتق المصمم أن يقنع المشاهد بفكره الملصق وبأهميتها وفوائدها على المجتمع.

5- **الاستجابة أو الحركة:** تُعدّ هذه الخطوة مهمة جداً من خلال حث المشاهد على اتخاذ موقف إيجابي ويعبر عنه بالاستجابة لموضوع الملصق.

6- **التثبيت في الذاكرة:** تُعدّ الذاكرة العنصر الأساسي الذي يتم من خلاله عملية تثبيت شكل ومضمون الملصق في ذاكرة المشاهد وتذكره، ولا يكون ذلك إلا من خلال عملية تكرار نشر الملصق والاستمرارية في نشرها.

التفكير البصري في تصميم الملصقات:

نشأ التفكير البصري في مجال الفن، لاعتبار أن المتلقي ينظر إلى رسم ما فأنه يفكر تفكيراً بصرياً لفهم الرسالة المتضمنة في الرسم، وبالتالي يجمع بين أشكال الاتصال البصرية واللفظية في الأفكار، علاوة على أنهُ وسيط للاتصال، والفهم الأفضل لرؤية الموضوعات المعقدة والتفكير فيها.

يعتبر التفكير البصري شكلاً من أشكال التفكير الانساني الغير لفظي، والذي يعتمد على ما تراه العين لتكوين صور ذهنية يتخيلها الإنسان، وتتم ترجمة هذه الصور الذهنية باستخدام عناصر اللغة البصرية المختلفة (صور، ورموز، وأشكال، وخطوط، وتكوينات، وألوان... وغيرها) إلى صور ورسومات تعبر عن هذا المفهوم.

عرّف أرنهايم أحد علماء الجشطلت عام (1969م) التفكير البصري "Visual Thinking" المذكور في عبد الحميد (2005)، على أنه: " محاوله لفهم العالم من خلال لغة الشكل والصورة".

بحيث ميز أرنهايم في كتابهِ التفكير البصري بين نوعين من المعرفة وهما:

أولاً: المعرفة الحدسية "Intuitive Cognition": فهي تحدث في المجال الإدراكي، فعندما يحاول شخص ما إدراك عمل فني مثل الملصقات فإنهُ يحيط بصرياً بالمنطقة التي يشتمل عليها إطار الملصق ويدرك المكونات المختلفة له من أشكال، ورسومات، وألوان... وغيرها، فتعمل هذهِ المكونات بتأثيراتها الإدراكية مع بعضها البعض بطريقة تجعل المتلقي يستقبل الشكل الكلي للملصق باعتباره كلاً متكاملاً؛ وذلك نتيجة التفاعل بين مكونات الملصق المختلفة، ويشير أرنهايم أيضاً إلى أن جزءاً كبيراً من تفكيرنا، ومن سلوكنا في حل المشكلات ينشط من خلال المعرفة الحدسية.

ثانياً: المعرفة الذهنية أو العقلية"Intellectual Cognition": وفيها يقوم المتلقي بتحديد المكونات، والعلاقات الفنية المختلفة التي يتكون منها الملصق فيصف كل لون، وكل شكل، وكل جملة ... إلخ، ويرتب هذهِ العناصر بطريقتهِ، ثم يقوم بدراسة العلاقات الموجودة بين هذهِ العناصر الفردية، ثم يقوم بدمجها، أو تركيبها فيما بينها، فتوصل بذلك أرنهايم إلى أن المعرفة الحدسية (الكلية التركيبية) والمعرفة العقلية (الجزئية التحليلية) ضروريتان بشكل خاص في عملية الإدراك.

دور الاتصال في الملصقات التوعوية:

الملصق بشكل عام، والتوعوي بشكل خاص، وكأحد وسائط تصميم الجرافيك هدفهُ الاتصال، ويعد الاتصال عملية يتم فيها نقل المعلومات من قبل مرسل إلى مستقبل عبر وسيط، وهنا يأتي أهمية الملصق في الاتصال مع الجمهور المستهدف، فالاتصال عبر الملصق التوعوي عملية يستطيع المصمم من خلالها تعيين المعنى ونقله في محاولة لخلق فهم مشترك، وتتطلب هذه العملية من المصمم ذخيرة واسعة من المهارات في المعالجة داخل الشخصية، والاستماع،

والمراقبة، والتحدث، والاستجواب، والتحليل، والتقييم، ليصبح قادراً على بناء الفكرة المناسبة للجمهور المستهدف وخلق حالة الاتصال.

يُعرّف العلاق والربابعة (2007 :14) الاتصال "Communication" بأنه "إرسال وتحويل المعلومات من المرسل إلى المستقبل مع ضرورة فهم المعلومات من قبل المستلم".

أما الاتصال بمعناه الفني" هو عملية نوعية قصدية تهدف إلى اثارة استجابة نوعية عند المتلقي من أجل التأثير نفسيا وعقلياً وسلوكياً عليه، لضمان معاونتهِ على اتخاذ موقف محدد"، إذ تُعدُّ عملية الاتصال من العمليات الأْساسية التي تؤثر في تصميم الملصقات التوعوية، والتي تُعدُّ هي الأخرى رسالة اتصالية مطبوعة تتكون من شكل، ولون وذات مضمون يهدف المصمم من ورائها إيصال فكرة معينة أو نشرها، لذلك فإن عملية الاتصال في الملصقات التوعوية تعتبر عملية فنية محددة من قبل المصمم باستخدام الرموز والعناصر البنائية والفنية وترتبط هذه العناصر من خلال زمن توصيل الرسالة (الملصق) ومكان الملصق (الفضاء) (اسماعيل،2007).

الوعي البيئي

وفيما يلي عرض للوعي البيئي من حيث مفهومه، وأهدافه، وخصائصه، وميزاتهِ، وأهميته، ودوره في حل المشكلات البيئية، وأهداف ملصقات التوعية البيئية، والحملات التوعوية قضية البحث، والتحليل الفني لعناصر الحملة التوعوية.

مفهوم الوعي البيئي "Environmental Awareness":

ذكره محمود (148:2008) على أنه " هو إدراك الأفراد للأخطار والمشكلات البيئية ووعيهم بأدوارهم في مواجهتها، وضرورة تحديد مسؤولياتهم تجاه البيئة ومن ثم صقل معارفهم ومعلوماتهم بما يؤهلهم للتعامل السليم والإيجابي مع مشكلات البيئة".

ولقد تعددت التعريفات التي تناولت الوعي البيئي فقد أوضح ربيع (61:2009) أن الوعي البيئي " هو تكوين الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوك الأفراد من خلال البرامج والنشاطات التي توجه إلى الأفراد بهدف توضيح مفهوم بيئي معين أو مشكلة بيئية وإحداث اهتمام وشعور بالمسؤولية وبالتالي تغيير اتجاهاتهم ونظرياتهم وإشراكهم في إيجاد حلول مناسبة".

ويتفق كل من غوش و كومود Ghosh & Kumud (2014)، وتريفيدي وراج Trivedi & Raj (1992) على أن الوعي البيئي يتضمن بشكل عام المعرفة بقضايا البيئة واكتساب المهارات اللازمة لحل المشاكل البيئية وتطوير الوعي البيئي للمواطنين وتعديل سلوكهم ليتماشى مع المسؤولية البيئية. كما يرى سيباستيان ونعمة Sebastian &Nima (2005) أنه عملية تحديد القيم البيئية و تطوير السلوكيات الإيجابية لحل القضايا البيئية.

وذكر قاسم (81:2007) بأن الوعي البيئي "عملية بناء وتنمية اتجاهات ومفاهيم وقيم وسلوكيات بيئية لدى الأفراد بما ينعكس إيجابياً على حماية البيئة والمحافظة عليها". وعرفه سليمان (2011) على أنه " إدراك الفرد لدوره في مواجهة مشكلات البيئة من خلال إدراكه بمعرفة ضرورة حسن استغلال مواردها الطبيعية ووضع اقتراحات وأساليب مناسبة لحلها".

ويمكن للباحثة استنتاج تعريف للوعي البيئي بأنه: تنمية مفاهيم واتجاهات الأفراد، مما يؤدي ذلك إلى إكسابهم الوعي وإدراكهم للمشكلات البيئية فينعكس إيجابياً على سلوكهم اتجاه البيئة مما يزيد من إحساسهم وانتمائهم للبيئة المحيطة بهم.

أهمية الوعي البيئي

تكمن أهمية الوعي البيئي في تنمية وبناء اتجاهات الأفراد والجماعات في المجتمع من أجل تغيير سلوكياتهم نحو البيئة، عن طريق مشاركتهم في حل المشكلات التي تواجه البيئة، وتحميلهم مسؤولية تحديد المشكلات ومنع حدوثها من خلال تنمية مهاراتهم ووعيهم في متابعة القضايا التي تخص البيئة، المرتبطة بالتطور من أجل تحقيق تنمية مستدامة. (Ghosh& Kumud, 2014).

أهداف الوعي البيئي:

يهتم الوعي البيئي بشكل عام في القضايا والمشكلات البيئية التي تحقق مجموعة من الأهداف أهمها:

1- إكساب الفرد المعرفة والمهارة والقيم والاتجاهات والشعور بالالتزام نحو تحسين البيئة والمحافظة عليها بتكوين وعي بيئي لديه من أجل جعله إيجابياً في تفاعله معها.
2- ترسيخ السلوكيات الإيجابية لدى الافراد من أجل التعامل مع مكونات وعناصر البيئة بالشكل الصحيح.
3- تفعيل دور المجتمع من أجل تحسين مستوى المعيشة عن طريق تقليل الاستهلاك المؤدي إلى المشكلات البيئية.
4- اكتشاف المشكلات البيئية وإيجاد حلول مناسبه لها بمساعدة أفراد المجتمع (ربيع، 2009).

خصائص الوعي البيئي:

يمكن ذكر أهم خصائص الوعي البيئي على النحو الآتي:

- تكوين اتجاهات بيئية تتحكم بسلوك الأفراد.
- التنبؤ لما يمكن أن يصدر من سلوك للأفراد تجاه البيئة مستقبلاً.
- استغلال الموارد الطبيعية والمحافظة عليها من خلال ترشيد استخدامها.

إدراك أفراد المجتمع للمشكلات البيئية ومعرفة طرق حلها (محمود، 2008).

ميزات تنمية الوعي البيئي:

يُعّرف عجوه (2008) التنمية على أنها: " عملية تغيير مقصودة وموجه بهدف إشباع حاجات الإنسان". ويُعّرف أيضاً البيئة على أنها " مجموعة الظروف والمواد والتفاعلات التي تجتمع في الحيز الذي توجد فيه الحياة". وتتميز تنمية الوعي البيئي في أنها:

أولاً. تركز على الاتصال مما يتطلب ويستدعي ذلك مشاركة الجمهور في صنع القرارات المتعلقة بالبيئة والتي تتطلب قدراً كافياً من المعرفة.

ثانياً. تتطلب تغيرات في سلوك الأفراد باعتبار أن الأنماط السلوكية لأفراد المجتمع من مكونات البيئة الأساسية.

ثالثاً. حسن استغلال الموارد الطبيعية لما لها من أهمية عند الإنسان ومعرفة خطورة استنزافها بضرورة المحافظة عليها وترشيد استهلاكها.

رابعاً. ضرورة مواجهة المشكلات البيئية الرئيسية مثل تلوث البيئة و استهلاك مواردها من الماء، الطاقة وغيرها (سليمان، 2011).

دور الوعي البيئي في حل المشكلات البيئية:

يرى Fisman (2005) أن للوعي البيئي دوراً هاماً في المجتمع، وذلك لكونه:

1- ينشر التوعية والإرشاد، والتوجيه، والمعرفة.

2- يعمل على زيادة المهارات الضرورية وإكساب أفراده التعامل الإيجابي مع المشاكل البيئية مما يسهم في تنمية السلوك الحضاري لدى أفراد المجتمع.

3- يؤدي إلى تطوير الأخلاق البيئية لديهم.

4- يوضح لهم مدى ارتباطهم بالبيئة، ليعلم كل فرد حقوقه وواجباته تجاه البيئة من أجل المحافظة عليها، والحد من استنزاف الموارد الطبيعية المختلفة مثل الماء، والطاقة، والتقليل من النفايات الصلبة بإعادة تدويرها، ولذلك يتطلب تكثيف جهود الجهات المعنية بالبيئة مثل المؤسسات والهيئات المختلفة المختصة في تنمية الوعي البيئي مثل: المنظمات البيئية والمؤتمرات الدولية ووسائل الإعلام، والمدارس، والجمعيات، والجامعات، بالإضافة إلى تكثيف جهود الشركات، ووكالات الإعلان في القيام بحملات توعوية تسهم في حل المشكلات البيئية.

أهداف ملصقات التوعية البيئية:

ويرى جميل (2008) أن لملصقات التوعوية البيئية دور اجتماعي هادف نظراً لما تحتويه من قيم جمالية إذ تهدف إلى:

1- تعزيز الاتجاهات البيئية الإيجابية التي تدفع المشاهد للمشاركة في حل المشكلات البيئية.

2- عرض الأفكار المتعلقة بالبيئة بأسلوب مبسط وبلغة يفهمها العامة.

3- تحفيز الأفراد وتوعيتهم بالمسؤولية تجاه البيئة.

4- تغيير أو تعديل السلوكيات الضارة بالبيئة.

الحملة التوعوية قضية البحث:

في هذا القسم سنتناول دراسة الحملة التي تم تطبيقها في كلية الفنون الجميلة بأقسامها الأربعة (التصميم، الفنون التشكيلية، الدراما، الموسيقى) في جامعة اليرموك لقياس أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لدى طلبة الكلية، من خلال تصميم ملصقات توعوية باستخدام برامج تصميم الجرافيك (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop) ؛ وذلك بالتعاون مع دائرة العلاقات العامة والاعلام في الجامعة، والقيام بطباعتها، ونشرها، وتوزيعها على أقسام الكلية حسب الإجراءات المتبعة في هذه الدراسة، تضمنت الحملة التوعوية ملصقات في ثلاث مجالات وهي: مجال ترشيد استهلاك المياه، مجال ترشيد استهلاك الطاقة، ومجال إعادة التدوير.

تعد الحملات الإعلانية أمراً مهماً لنجاح الرسالة المراد إيصالها للمتلقي، ومما لاشك فيه أن الحملات التوعوية هي جزء من الحملات الإعلانية المؤمل من رسالتها التوعوية تغيير اتجاهات وسلوك الفئه المستهدفة.

ويعرف العبدلي والعبدلي (1993: 72) الحملة الإعلانية بأنها: " عباره عن برنامج إعلاني يتم توجيهه إلى فئات معينة، يسعى إلى تحقيق أهداف اتصالية من خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدروسة.

ومن الممكن أن تعرف الحملة التوعوية على أنها: عملية اتصالية تهدف إلى إحداث تغيرات إدراكية أو سلوكية اتجاهية لدى جمهور محدد في مكان وزمان محددين.

التحليل الفني لعناصر الحملة التوعوية التي استهدفت طلبة كلية الفنون:

شعار الحملة:



الملصق (12)

التحليل الفني:

أولاً: فكرة الملصق

استوحى المصمم فكرة شعار الحملة من شعار جامعة اليرموك والذي يحمل رسماً يرمز إلى الإنسان باعتباره الثروة الحقيقية للأردن وغصن زيتون الذي يرمز إلى السلام والثروة الزراعية في الأردن وشكلين بيضاويين متقاطعين للذرة رمزاً للعلم والتكنولوجيا، وقد استخدم المصمم لتنفيذ شعار

الحملة الرسم الذي تكون من الرموز السابقة وجعله شعاراً للحملة، ووضع غصون خضراء داخل الرمز الذي يدل على الإنسان، وكذلك الرمز الدال على العلم والتكنولوجيا ليؤكد على هدف المصمم من الحملة وهو جعل جامعتنا خضراء، فأصبح الشعار يحمل قوه تعبيرية في بنيته التصميمية وأكثر تأثيراً وجاذبية نتيجة لوجود هذه الرموز المهمة في الشعار، وبما أن العنصر الأكبر في الرمز والذي يحتوي رمز الزراعة والعلوم هو رمز الإنسان والذي يعد أهم ثروه في الأردن مما يترتب عليه مسؤولية الاهتمام ببيئتها والمحافظة على مواردها الطبيعية المختلفة، وبما أن جامعة اليرموك جزء من مجتمعها، فيجب على طلبتها المحافظة عليها بجعلها خضراء من خلال المحافظة على ثلاث مجالات والتي تعد الأكثر استنزافاً واستهلاكا على مستوى الجامعة وهي: مجال ترشيد استهلاك المياه، مجال ترشيد استهلاك الطاقة، مجال إعادة التدوير.

ثانياً: العناصر التصميمية

تميزت العناصر الفنية المكونة للشعار بقوتها التعبيرية فهي مستوحاة من شعار جامعة اليرموك وقد قام المصمم بإعطاء اللون الأخضر للغصون المكونة للرمز الموجود في منتصف الشعار وهو اللون الذي يدل على الطبيعة، ويبعث الطمأنينة، والسرور؛ مما أعطى جاذبية وإثاره للرمز، كما استطاع اختزال الشكل واستغلاله من أجل إيصال الفكرة لطلبة كلية الفنون الجميلة، وأخذ الشكل الخارجي لشعار الحملة الشكل البيضاوي ليحوي الرمز المكون للدلالة على طبيعة الحملة ولعل وضع المصمم غصون خضراء حول الشعار قد زاد من جماليته وقوته البنائية، وأصبح له مركز سيادي داخل الدائرة وجاءت الرموز تسبح في فضاء الملصق نتيجة التنوع التقني في الأشكال المكونة لها مما جعل الموضوع أكثر تأثيراً وجذباً للمتلقي وأدى التنوع التقني للرموز والسيادة في اللون الخضر المستخدم إلى إضفاء قيم جمالية عالية على تصميم الشعار.

ثانياً: الأسس التصميمية:

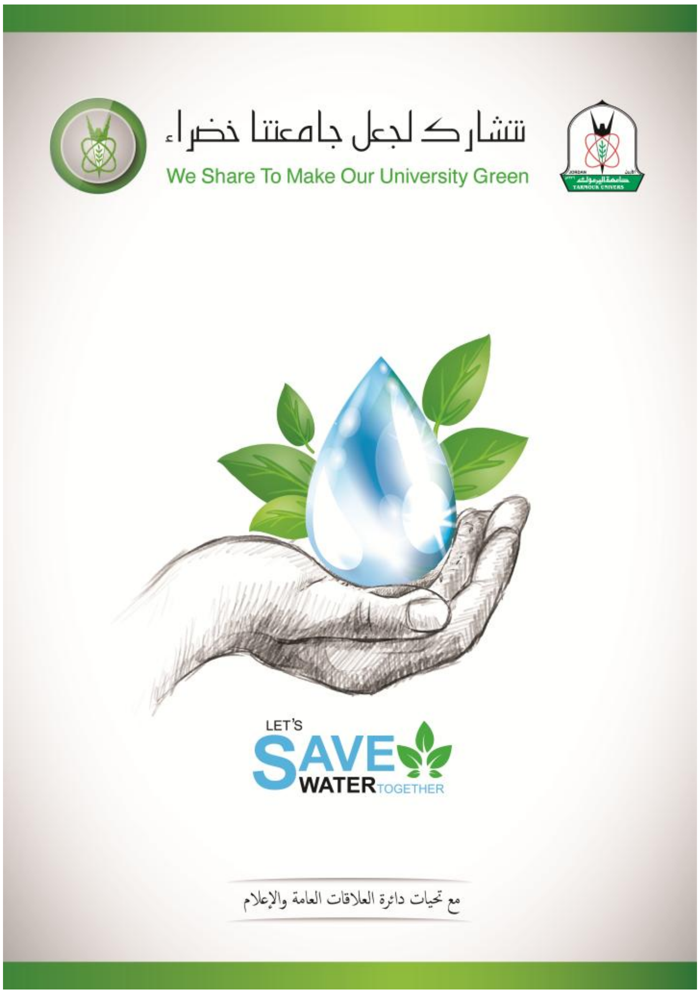
يساهم مركز السيادة (نقطة الارتكاز) في الشعار على إبراز العلاقة بين الأشكال (الرموز) ومدلولها أو إلى ماذا ترمز؟ وأصبح التوازن موجوداً ضمن مساحة الملصق بالإضافة إلى وحدة الشكل ككل متكامل.

ثانياً: الخصوصية:

تبدو الخصوصية في الحدود المكانية للشعار بحيث وجه من خلال الملصقات التوعوية إلى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.

المجال الأول: مجال ترشيد استهلاك المياه.

تعتبر المياه مصدر الحياة لجميع الكائنات على الارض ومن أهم المصادر الطبيعية وأكثرها قيمة فهي تغطي حوالي 71% من الأرض و65% من جسم الإنسان و 70% من الخضراوات و90% من الفواكه، ولما لها من أهمية لدى الانسان واعتماده عليها في كل جوانب حياته المعيشية لذلك فقد تنازعت عليها الدول منذ القدم وحتى الآن، ونتيجة للاستنزاف الكمي والنوعي للموارد الطبيعية ومنها المياه من خلال استهلاك كميات تفوق معدل تجددها الطبيعي مما استدعى ذلك إيجاد حلول لإدارة المياه وترشيد استهلاكها عن طريق تنمية الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك المياه. (الحسن،2006)



الملصق (13)

التحليل الفني:

اولاً: فكرة الملصق

تتمحور فكرة الملصق في إلقاء الضوء على تسلسل الافكار التي قام بها المصمم في الملصق اذ بدأ بالعنوان الرئيسي المكون من كتابة باللغة العربية والانجليزية **(تتشارك لجعل جامعتنا خضراء)** بحيث وضعه في المنتصف وجعل من شعار جامعة اليرموك على يمين الملصق وشعار الحملة على يسار الملصق ليبين مدى ارتباط النص مع كل منهما، ثم قام بتسليط الضوء من خلال الفكرة على الشكل المكون من قطرة الماء والتي ترمز الى المياه واليد التي تحمل القطرة دلالة

على الحماية أو المحافظة ويبين النص المرئي الذي يقع أسفل الشكل المكتوب باللغة الانجليزية اذ يريد المصمم من خلال الشكل ايصال فكرة معينة، وهي اننا بحاجة لكل قطرة ماء فلنحافظ عليها ووضع اليد تحت القطرة لتأكيد على أهمية الحفاظ على المياه من قبل الافراد والجماعات كما قام المصمم بالتنويع بأحجام خطوط الكلمات اذ جعل كلمة SAVE هي الاكبر للتأكيد على اهمية المحافظة على المياه.

ثانياً: العناصر التصميمية

تميزت الوان النصوص الكتابية باللون الأخضر والذي يدل على الطبيعة والصحة والنضارة وتميز اللون الازرق المكون للقطرة بالنقاء والصفاء وأظهر المصمم مدى العلاقة بين الألوان اذ ارتبط لون الأغصان الأخضر باللون الازرق للمياه كدلالة رمزية بحيث لا تكون هذه الأغصان خضراء الا بوجود الماء ولقد استطاع المصمم بهذا الاختزال الشكلي كجزء من عملية الترميز والتنويع التقني عن طريق الالوان جعل الموضوع أكثر اثارة وجاذبية نحو الفكرة، كما أعطى تمايز الالوان واختلافها بين النصوص بين الأخضر والأسود سمة الظهارية مهمة لإبراز النص وشكله كرمز سيادي مشترك من اجل تسليط الضوء على دلالاتهما وما يحققه من معنى واضح للفكرة ووظيفتها.

بالإضافة الى اتساع الفضاء في جميع جهات الملصق وهذه سمة امتاز بها الملصق وكأن الرمز المكون من القطرة واليد التي تحملها تسبح في فضاء أو مكان بلا حدود مما جعل من الشكل والالوان المكونة له وللعبارات عبارة عن قيم مطلقة في زمان مطلق بلا حدود.

ثالثاً: الأسس التصميمية

إن مركز السيادة (الشكل المكون من اليد والتي تحمل القطرة مع النص الذي يقع اسفلها) قد ساهم في ابراز العلاقة ما بين الدال والمدلول من حيث الشكل والرسم مع الكلمة والنص، كما ان هناك وحدة متنوعة ما بين الشكل والنص، اما التوازن فقد كان متماثلاً ضمن مساحة الملصق.

رابعاً: الخصوصية

تعد الخصوصية في الحدود المكانية من خلال شعار الحملة والعنوان الرئيسي الذي يدل على مكان الملصق وهو جامعة اليرموك، فالجامعة هي جزء من المجتمع والذي يستنزف مورد المياه بكثرة فأهتم المصمم بتوظيف خصوصية الملصق نحو البيئة الجامعية لتنمية وعي الطلبة من اجل الترشيد في استهلاك المياه.

خامساً: الوظائفية

تعد وظيفة الملصق الرئيسية ادراكية مباشرة من خلال ربط دلالة الشكل مع العنوان الفرعي لإيصال فكرة ضرورة المحافظة على المياه وترشيد استهلاكها.

المجال الثاني: مجال ترشيد استهلاك الطاقة.

تعد الطاقة إحدى ضرورات الحياة، فالإنسان ليس له غنى عنها فهي توفر له التكييف صيفاً، والتدفئة شتاءً ويستخدمها في طهو الطعام، بالإضافة إلى التنقل من مكان إلى آخر وتدخل في صنع كثير من احتياجاته المعيشية. إذ تعد أغلب مصادر الطاقة المستغلة اليوم هي مصادر غير متجددة، مثل: الوقود الأحفوري والغاز الطبيعي والفحم وغيرها، فبغض النظر عن تكاليف هذه المصادر إلا أن لها مخاطرها الصحية والبيئية، ومع ذلك يتزايد الطلب على الطاقة نتيجة لزيادة معدلات التصنيع في الدول النامية، ونتيجة لاستخدام التكنولوجيا الجديدة والمتقدمة في الدول

الصناعية، وبالإضافة إلى زيادة عدد السكان على مستوى العالم. مما استدعى ذلك استهلاكاً أكثر للطاقة من عام لآخر.

ويزيد معدل استهلاك الطاقة في الدول الصناعية بمعدل (80) مرة عن استهلاك الدول الفقيرة ولقد قدر الاستهلاك العالمي للطاقة في عام (1980م) بنحو (10) تيرا واط ، وإذا استمر الاستهلاك بهذه النسبة لكل فرد نتيجة لزياده عدد سكان العالم والمقدر أن يصل إلى (8,2) مليار نسمة عام (2025م) سيرفع من استهلاك الطاقة إلى نحو (14) تيرا واط مما يزيد من مقدار الضرر الواقع على البيئة (إسلام، 1999).

ولقد استخدمت مصادر الطاقة البديلة كالرياح والموارد الطبيعية مثل الخشب منذ آلاف السنين، وقد استخدم مصطلح الطاقة المتجددة لوصف الطاقة المولدة من الرياح والشمس والماء والمصادر المتوفرة في كل وقت بشكل مستمر (الحسن، 2006).



الملصق (14)

تحليل الملصق:

أولاً: فكرة الملصق

تمتاز فكرة الملصق بالتسلسل في الأفكار من خلال العنوان الرئيسي وهو عنوان الحملة " **نتشارك لجعل جامعتنا خضراء**" كتب باللغة العربية والإنجليزية ووضع كل من شعار جامعة اليرموك على يمين العنوان وشعار الحملة على يساره لبيان مدى ارتباط النص مع كل من الشعارين، ثم قام المصمم بتسليط الضوء على الفكرة الرئيسية في الملصق بحيث استوحى فكرتة باختزال شكل النبتة إلى رمز(مصباح كهربائي) يدل على ترشيد استهلاك الطاقة، وجعل من المصباح الكهربائي رمزاً آخر وهو رمز إعادة التدوير دلالة على توفير الطاقة وترشيد استهلاكها،

وإمكانية إعادة تدويرها. وأدى وضع الشكل داخل راحة اليدين دلالة على الحماية أو الحفاظ على الطاقة، ومن الملاحظ أن فكرة الملصق تحمل عدة أفكار أخرى لها مدلول ومعنى واحد وواضح زاد من القوة التعبيرية للفكرة التصميمية، وهو الحفاظ على الطاقة وترشيد استهلاكها، وجعل المصمم النص الفرعي مكملاً للشكل مكتوباً باللغة الانجليزية الذي ساعد بدوره على تشكيل الكلمات بتغيير حجم الخط بشكل متفاوت وتنوع ألوانه فأصبح النص عاملاً لجذب الانتباه كما جعل كلمة SAVE هي الأكبر للتأكيد على أهمية المحافظة على الطاقة.

ثانياً: العناصر الفنية

تميزت ألوان العناصر المكونة للملصق بالجاذبية والهدوء حيث قام المصمم بإعطاء النصوص اللون الأخضر الذي يدل على الطبيعة والبيئة، وقد ارتبط هذا المدلول كدلالة رمزية مع فكرة الملصق من حيث المحافظة على الطاقة بترشيد استهلاكها سوف مما ينعكس إيجابياً على البيئة، وقد استطاع المصمم اختزال الشكل كجزء من عملية الترميز والتنوع التقني عن طريق الألوان المستخدمة في الملصق، وجاءت السيادة للون الأخضر في عناصر ومكونات الملصق، كما أعطى العنوان الرئيسي والعنوان الفرعي أهمية من ناحية اللون والشكل والحجم، وجعل من تباين الألوان بين الأسود والأخضر المكونة للنصوص سمة إظهاريه مهمة لإبراز النص وشكله كمركز سيادي مشترك فأدى ذلك إلى إعطاء معنى واضح للفكرة ووظيفتها، بالإضافة إلى اتساع الفضاء في جميع جهات الملصق وهذه سمة امتاز بها الملصق بحيث كان رمز المصباح الكهربائي المحاط باليدين يسبح في فضاء الملصق، مما جعل من الشكل والألوان والعبارات المكونة للملصق عبارة عن قيم مطلقة في زمان مطلق بلا حدود.

ثالثاً: الأسس التصميمية

لقد ساهمت نقطة الارتكاز المكونة من (الشكل الذي يرمز للطاقة) مع اليدين التي تحمل الرمز كدلالة على الحفاظ على الطاقة مع وجود النص الفرعي " Let's Save Energy To Gather " في إبراز العلاقة بين الدال والمدلول من حيث الشكل (الرمز) والرسم (اليدين) والنص الفرعي، أما التوازن فبدا متماثلا ضمن مساحة الملصق.

رابعاً: الخصوصية

تعد الخصوصية في الحدود المكانية التي نستدل عليها من خلال العلاقة بين العنوان الرئيسي المكون للملصق وهو " **نشارك لجعل جامعتنا خضراء**" وبين شعار الحملة بحيث وجه المصمم حملته لجامعة اليرموك، فالجامعة هي جزء من المجتمع وقد اهتم المصمم بإيصال رسالة إلى طلبة كلية الفنون الجميلة بضرورة الحفاظ على الطاقة وترشيد استهلاكها، فأدى ذلك إلى توظيف الخصوصية في الملصق نحو البيئة الجامعية عن طريق تنمية وعي الطلبة بترشيد استهلاك الطاقة.

خامساً: الوظائفية

تعد وظيفة الملصق الرئيسية ادراكية مباشرة من خلال ربط دلالة الشكل مع العنوان الفرعي لإيصال فكرة ضرورة المحافظة على الطاقة وترشيد استهلاكها.

المجال الثالث: مجال إعادة التدوير "Recycling".

"هي عملية إعادة تصنيع واستخدام المخلفات، سواء المنزلية أم الصناعية أم الزراعية، وذلك لتقليل تأثير هذه المخلفات وتراكمها على البيئة، وتتم هذه العملية عن طريق تصنيف وفصل

المخلفات على أساس المواد الخام الموجودة فيها ثم إعادة تصنيع كل مادة على حدا" (الحسن، 2006 : 337).

وتجدر الإشارة إلى أنه يمكن استخدام المواد أكثر من مره قبل إعادة تدويرها وتسمى هذه العملية بإعادة الاستخدام (Reuse) وتعد هذه الخطوة مهمة بين الاستخدام (Use) وبين إعادة التدوير (Recycling) وتبدأ الاتجاهات العلمية بمعالجة القمامة وفق هذه الخطوات بتقليل المواد المستخدمة ثم إعادة الاستخدام ثم إعادة التدوير (بروكوب، 1995).

ويتم معالجة المخلفات الصلبة [القمامة]، بتقسيمها إلى أربعة أقسام بحيث يتم في كل قسم عملية إعادة تدوير وهي كالاتي:

- **الورق:** يعاد تدوير مخلفات الورق والكرتون بحيث يمكن إعادة تدوير الألياف الورقية أكثر من مرة قبل أن تصبح ضعيفة للغاية ليتم إعادة استخدامها، فيتم صناعة بعض أنواع الكرافت أو المنتجات الورقية المختلفة أو أطباق البيض (كاتوت،2009) .

  تكمن أهمية إعادة تدوير الورق في إمكانية إعادة استخدامها فإن كل (0.9 طن) من الورق المعاد تدويره يوفر سبعة عشرة شجرة و4100 كيلوواط من الطاقة و7000 غالون من الماء (بروكوب، 1995) .

- **المعدن والزجاج:** يعد المعدن والزجاج من المواد الأكثر ربحاً في إعادة الاستخدام وإعادة التدوير، بالإضافة إلى وجود مصانع خاصة من أجل استخدام المخلفات الناتجة عن الزجاج مثل المياه الغازية أو الأدوية بإعادة صهرها وتشكيلها فتصبح القنينة الزجاجية جديدة بعد تشكيلها، كما يصبح لدينا منتجات جديده منها الأدوات المنزلية والتحف الزجاجية، بالإضافة إلى إمكانية استخلاص المعدن من المخلفات الصناعية عن طريق

عمليات التعدين، أما علبة المعدن فتصبح بعد إعادة تشكيلها علبة جديدة صالحة للاستخدام مرة أخرى (كاتوت، 2009).

إن الطاقة التي توفرها قنينة زجاجية واحدة معاد تدويرها يمكن أن تضئ مصباحاً كهربائياً قوته 100 واط لمدة تقارب الأربع ساعات، أما الطاقة التي توفرها علبة معدن واحدة تكفي لتشغيل تلفزيون لمده تقارب الثلاث ساعات ورغم اهتمام معظم دول العالم بإعادة تدوير المعدن والزجاج إلا أنها تحتل الرقم القياسي الذي يبلغ (99.6%) نتيجة إعادة التدوير التقني والأوعية الزجاجية (بروكوب، 1995).

- **البلاستيك:** يعتبر استخدام البلاستيك من الأمور المهمة ومن الصعب تجنب استخدامه مع العلم أن إعادة تدويره ليس مطوراً بشكل كاف بالنسبة لإعادة تدوير كل من الزجاج والورق، ففي الولايات المتحدة الأمريكية يتم إعادة 2% فقط من البلاستيك ويتم تحديد المواد البلاستيكية برمز خاص لإعادة التدوير وشيفرة عددية خاصة بالأنواع البلاستيكية (الراتينجات) المستخدمة في تصنيعها وتستخدم شركة كوكاكولا (Coca– Cola) قناني بلاستيكية يشكل نوع البلاستيك البولي إثيلين تيريفيثاليث (PET) المعاد تدويره بنسبة 25% منها والذي يمنع استخدام مثل هذا النوع من البلاستيك في دول أخرى مثل ألمانيا (بروكوب، 1995).



الملصق (15)

تحليل الملصق:

أولاً: فكرة الملصق

تمتاز فكرة الملصق بالتسلسل في الأفكار من خلال العنوان الرئيسي وهو عنوان الحملة " **نتشارك لجعل جامعتنا خضراء**" كتب باللغة العربية والإنجليزية ووضع كل من شعار جامعة اليرموك على يمين العنوان وشعار الحملة على يساره لبيان مدى ارتباط النص مع كل من الشعارين، ولقد قام المصمم بتسليط الضوء على الفكرة الرئيسية في الملصق بحيث وضع رمز إعادة التدوير في منتصف الملصق ومثل الرمز بالعشب الأخضر ووضع بين كل سهم مكون له صورة تدل على الورق، والمعدن، والبلاستيك ووظف هذه الصور لتتماشى مع حركة الرمز المعبرة

عن عملية إعادة التدوير فتكون فكرة الملصق دلالة رمزية تعبيرية في الشكل المكون من أجل إيصال الهدف المرجو منه بإعطاء معنى واضح وهي الحفاظ على البيئة بتقليل النفايات الصلبة بإعادة تدويرها بدلا من رميها، وجعل المصمم النص الفرعي مكملاً للشكل مكتوبا باللغة الانجليزية وعمل على تشكيل الكلمات بتغيير حجم الخط بشكل متفاوت، وتنوع ألوانه فأصبح النص كعامل لجذب الانتباه بحيث جعل كلمة SAVE هي الأكبر للتأكيد على أهمية المحافظة على البيئة من خلال إعادة تدوير الورق والمعدن والبلاستيك.

ثانياً: العناصر التصميمية

يعتبر اللون الأخضر ذو سيادة عالية في الملصق فنراه يدخل في الرمز وفي العبارات ويرتبط من ناحية مدلوله بعلاقة مفاهيمية مع الرمز والعبارات المكتوبة فهو يدل على الطبيعة والبيئة وبذلك يرتبط كدلالة رمزية مع فكرة الملصق، إذ يعتبر التقليل من النفايات الصلبة دليل على جعل البيئة خضراء بإعادة استخدامها إن أمكن ثم إعادة تدويرها مما يساهم في حل المشكلات البيئية، ودعم المصمم فكرة الملصق بعناصر أخرى، بدمج صور لبعض النفايات الصلبة (الورق، المعدن، البلاستيك) التي تدل على أنه تم استخدامها ورميها مع الرمز الذي يمثل إعادة التدوير فأصبحت شكلاً فنياً متكاملاً كجزء من عملية الترميز والتنوع التقني، تم توظيفه ليعبر عن إمكانية إعادة تدوير هذه النفايات، كما جعل النص الفرعي مكملاً للشكل مكتوباً باللغة الانجليزية وعمل على تشكيل الكلمات بتغيير حجم الخط بشكل متفاوت وتنوع ألوانه فأصبح النص كعامل لجذب الانتباه بحيث جعل كلمة SAVE هي الأكبر للتأكيد على أهمية المحافظة على عملية إعادة التدوير لتقليل من النفايات الصلبة.

ثانياً: الأسس التصميمية

تساهم نقطة الارتكاز المكونة للملصق في جذب انتباه المتلقي إلى الملصق بحيث يعد الشكل [الرمز، الصور] التي تم تشكيلها في وسط الملصق هي نقطة الارتكاز الأكثر جذباً للوهلة الأولى ثم ينتقل النظر تباعاً للنص الفرعي الذي يرتبط بعلاقة مع الشكل أو الرمز كدلالة على الحفاظ على إعادة التدوير من أجل التقليل من النفايات الصلبة، وجاء التوازن متماثلاً ضمن مساحة الملصق اهتم بإظهار الوحدة في اللون حيث استخدم اللون الأخضر الذي أتاح الفرصة لعين الناظر أن يرى العمل الفني ككل متكامل ثم التدرج إلى رؤية الأجزاء الأخرى.

رابعاً: الخصوصية

تعد الخصوصية في الحدود المكانية التي نستدل عليها من العلاقة بين العنوان الرئيسي المكون للملصق وهو " **نشارك لجعل جامعتنا خضراء**" وبين شعار الحملة بحيث وجه المصمم حملته لجامعة اليرموك، فالجامعة هي جزء من المجتمع واهتم المصمم بإيصال رسالة إلى طلبة كلية الفنون الجميلة وتوظيف الخصوصية في الملصق من أجل تنمية وعي الطلبة نحو البيئة الجامعية مع إمكانية ضرورة الحفاظ عليها بجعلها خضراء، عن طريق التقليل من النفايات الصلبة (الورق، المعدن، الزجاج، البلاستيك) بعدم رميها ووضعها في الأماكن المخصصة لها، فأدى ذلك إلى بترشيد استهلاك الطاقة.

خامساً: الوظائفية

تعد وظيفة الملصق الرئيسية ادراكية مباشرة من خلال ربط دلالة الشكل مع العنوان الفرعي لإيصال فكرة ضرورة المحافظة على عملية إعادة التدوير.

لقد لعب كلاً من الفنانين والمصممين دورهم في إنتاج أفكار فنية لحماية البيئة؛ وذلك من خلال أعمالهم الفنية والتصميمية، كما أصبح تصميم الجرافيك دليلاً مرجعياً مهماً للعديد من المؤسسات التعليمية والتربوية المختلفة، وأبرزها الجامعات التي تمثل ركيزة أساسية للتقدم العلمي والمعرفي، إذ يعد نشر الوعي البيئي في الجامعة أمراً إيجابياً ينعكس على المجتمع، لما لها من قدرة على تزويد المجتمع بأفراد قادرين على التعامل السليم مع البيئة، واتخاذ سلوكيات إيجابية تتماشى مع متطلبات الحياة اليومية، وقد أدركت العديد من دول العالم حقيقة دور الجامعات في نشر الوعي البيئي وتنميته، فبدأت القيام بتشجيع الأفكار والمشاريع الصديقة للبيئة في المحيط الجامعي، وانعكس ذلك على السلوكيات البيئية للطلبة، إذ تعتبر السلوكيات السليمة لطلبة الجامعات انعكاساً على المحيط الجامعي، وانعكاساً على المجتمع بشكل أكبر (ربيع، 2009).

مما لاشك فيه أن للملصقات التوعوية أثراً بالغ الأهمية على تنمية الوعي البيئي، تعتبر القضايا والمشاكل البيئية داخل مجتمع الجامعة دافعاً قوياً ومؤثراً على مصممي الجرافيك، الذين يلعبون دوراً بارزاً في إلقاء الضوء على خطورة هذه المشكلات وذلك من خلال إعادة النظر في عمليات التصميم، وابتكار حلول تصميمية جديدة للحد منها، وأيضاً كون المصمم يحمل رسالة توعوية تفرض عليه نشر الوعي البيئي داخل المجتمع (James, 2010).

تجدر الإشارة إلى أن التصميم يلعب دوراً هاماً ومؤثراً على البيئة ومشاكلها وكيفية مواجهتها بعدة أشكال فمع الازدياد الملحوظ في استنزاف موارد البيئة الطبيعية ومصادرها مثل: الماء، والطاقة، ولقد ازداد القلق بشأن البيئة ومدى تأثرها بمخلفات الإنسان الصناعية وعدم التوجه إلى إعادة استخدامها أو إعادة تدويرها ، بالإضافة إلى السلوكيات الخاطئة المترتبة على ذلك، مما دعا العديد من المنظمات الدولية والجمعيات المختصة بالمحافظة على البيئة بتبني مفهوم التصميم الأخضر والترويج له عبر حملات توعوية، حيث أن طبيعة البشر بشكل عام أكثر تقبلاً للتوجيهات

والإرشادات، فمن الممكن عمل تصاميم وملصقات توعوية تختص بنشر الوعي البيئي في المجتمع، وتهدف إلى إثارة اهتمام الأفراد والجماعات للمحافظة على البيئة، بالإضافة إلى القيام بتشجيع المصممين على العمل ضمن مفهوم التصميم الأخضر Green Design (الراوي،2011).

يُعرّف نجم الدين (2016: 190) التصميم الأخضر بأنه: " فلسفة تصميم أشياء مادية وفقاً لمبادئ الاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية وإن الهدف منه هو القضاء على الآثار البيئية السلبية تماماً من خلال التصميم" والذي يعد أحد أهم الوسائل الممكنة لإنقاذ الكوكب من التلوث.

ونستطيع القول أن العديد من وكالات تصميم الجرافيك قد تبنت نتيجة لتفاعلهم مع المشكلات البيئية ما يعرف بمبدأ تصميم الجرافيك الأخضر (Green Graphic Design)، إذ يُعرّف دويرتي Dougherty (2008) تصميم الجرافيك الأخضر أنه: إعادة صياغة الطريقة التي يمكن أن يفكر بها المصممون حول العمل الذي ينجزونه، والقيام بتغيرات إبداعية تظهر بكل مراحل التصميم بما فيها اختيار المشاريع، والتعامل باستراتيجية مع العملاء، وبناء ماركات خضراء قوية، واختيار الحبر، وتغليف الورق، والعمل مع العملاء من أجل زيادة الشفافية والمسؤولية الاجتماعية".

ويلعب المصمم في هذا المجال دوراً بالغ الأهمية، بحيث يمكن أن يكون حافزاً إيجابياً ونقطة بداية للتغيير من خلال قدرته على صياغة الأفكار وتنفيذها بطريقة تعتمد على الإبداع في أعماله المعبرة عن التصميم الأخضر، والتي يركز من خلالها المصمم على دعم مفهوم حماية البيئة وتنمية الوعي البيئي في المجتمع، والتركيز على لفت انتباه الأفراد إلى أهمية تغيير أسلوب حياتهم وسلوكياتهم الخاطئة إلى أساليب وسلوكيات إيجابية تعمل على تقليل المخاطر التي تواجهها البيئة (الراوي، 2011).

وبناءً على ما تقدم نجد أن تصميم الجرافيك الأخضر أصبح دليلاً مرجعياً مهماً للعديد من المؤسسات التعليمية والتربوية المختلفة وأبرزها الجامعات، والتي تعد من أهم المنشآت التي تجمع أعداداً كبيرة من كافة شرائح المجتمع من المتعلمين، فهي تعمل على تأهيل طلاب قادرين على التعامل السليم مع متطلبات الحياة المختلفة بوعي وإدراك لما حولهم، وبالتالي تمثل أرضاً خصبة للاستثمار التوعوي، ونشر الوعي البيئي (ربيع، 2008).

ولقد أدركت العديد من الدول أهمية دور الجامعات في نشر الوعي البيئي، فبدأت في تشجيع الأفكار والمشاريع الصديقة للبيئة في المحيط الجامعي، وعلى سبيل المثال: تمت إضافة أكثر من (84) لوح للطاقة الشمسية البديلة في المجتمعات الأمريكية من أجل الحد من استهلاك الطاقة، إضافة إلى الاستفادة من الجانب البيئي لهذا المشروع، وقد جاء المردود الاقتصادي لهذه المشاريع جيد، إذ إن الدراسات التي قامت بها جمعية تطوير الاستدامة في التعليم العالي (Association for the Advancement of Sustainability in Higher Education AASHE) قدَّرت أن نسبة التوفير سوف تكون أكثر من (50) مليون دولار خلال العشر سنوات القادمة من هذه الألواح الشمسية (Akpan & Matto & Hunsberger & Rehbein & Rogozinski & Rosenthal & Shaw, 2003).

ولقد صرح منسق الجمعية السيد (نيل بارنز) Niles Barnes إن عدداً متزايداً من الجامعات أخذت في الانخراط في برامج البيئة المستدامة، مما يؤكد أن السلوكيات البيئية السليمة لطلبة الجامعات تنعكس على المحيط الجامعي وبالتالي على المجتمع بصفة أكبر، وهناك العديد من الأمثلة عن الجامعات التي تبنت مشاريع الجامعات الخضراء من بينها:

- طاقة متجددة (Renewable Energy) : مبنى المنارة الخضراء (Green light house) في جامعة كوبنهاغن في الدنمارك University of Copenhagen

Denmark (Copenhagen) يوفر طاقته بشكل مستقل عن طريق الألواح والخلايا الشمسية التي تخزن الطاقة الإضافية تحت الأرض.

- التخلص من النفايات (Waste Disposal) : تتخلص جامعة لوزان بسويسرا (The University of Lausanne, Switzerland) من فضلات الطعام بالتعاقد مع شركات إعادة تدوير لتحويلها إلى سماد عضوي.
- إعادة تدوير الورق (Recycle paper): تعمل جامعة بيرو (The University of Beru) على بيع الأوراق لشركات إعادة التدوير والاستفادة من الأموال عن طريق تخصيص منح دراسية للطلبة ذوي الدخل المحدود.
- النقل الأخضر(Green transport): تخصص جامعة "ديوك" بالولايات المتحدة الأمريكية Duke University the Us عددا من الدراجات التي يمكن للطلبة استعارتها للتنقل داخل الجامعة مما يقلل من نسبة الكربون المنبعث من السيارات ويحد من استهلاك الوقود وأطلق على هذا المشروع "التنقل الأخضر" (Bridgestock, 2012).

ويعتبر تصميم الجرافيك الأخضر خطوة إيجابية زادت من احترام المجتمعات للتصميم الجرافيك بشكل عام والمصممين بشكل خاص، إذ يترتب عليهم القيام بدورهم في تحقيق نظام اجتماعي واقتصادي مستدام من خلال تقديم حلول تساهم في نشر الوعي البيئي عن طريق إيصال رسائل بصرية مؤثرة تعمل على تنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع فيؤدي ذلك إلى زيادة فرص تحمل الإنسان والجهات المنتجة مسؤولياتهم الأخلاقية اتجاه البيئة (Schwarte, 2011).

ثانياً– الدراسات السابقة ذات الصلة

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى قسمين الأول الدراسات العربية، والثاني الدراسات الأجنبية والتي تتضمن عرضاً لكل من الملصقات، والوعي البيئي.

وفيما يأتي عرض لهذه الدراسات حسب التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث:

الدراسات العربية:

أجرى العنانزه (2006) دراسة هدفت إلى معرفة مدى قدرة وسائل الإعلام المختلفة في الأردن على بناء الوعي الفكري عند المجتمع الأردني، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي– المسحي ، حيث استخدمت الأسلوب الميداني لجمع المعلومات والبيانات من خلال استخدام أداة الاستبانة، طبقت على عينة عددها (1000) مواطن، من سكان المحافظات الأربعة الأكثر سكاناً في الأردن وهي: عمان، الزرقاء، إربد، الكرك، وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغيرات الجنس، ومكان الإقامة، ومهنة الأب، والدخل الشهري. ولم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات أفراد العينة إزاء دور وسائل الإعلام في التثقيف البيئي لمتغيرات المحافظة، المؤهل العلمي، مستوى تعليم الأب، مستوى تعليم الأم، وأكدت نسبة (82.5%) من حجم العينة على دور الإعلام الواضح في التثقيف البيئي، وأشارت نسبة (77.6%) إلى أهمية دور وسائل الإعلام في التوعية البيئية، وأكدت ما نسبة (78.7%) على فاعلية الإعلام البيئي في متابعة القضايا البيئية ومشكلاتها داخل الأردن .

كما أجرى محسن (2006) دراسة هدفت إلى دراسة الملصق الجداري وإمكانية تفعيله اجتماعيا دراسة تحليلية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي عن طريق الملاحظة الميدانية بعد عرض استمارة الملاحظة على الخبراء، كما طبقت على عينة عددها (5) ملصقات تم اختيارها (قصديا) ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها أن الملصقات الجدارية ناقشت المضامين الإنسانية

مما أسس لها تفاعلاً جماهيرياً أغنى الملصقات وفي نفس الوقت أغنت المجتمع علماً بما يحيطه، وأن عملية التلقي أظهرت التأكيدات الأخرى كاللون والخط والكتابة من خلال قراءة المفردات وتأويلها.

أما دراسة عسيري (2007) هدفت إلى التعرف على دور الملصق في معالجة بعض المظاهر السلوكية في المجتمع وتحديد المواصفات النظرية والعلمية في كيفية وضع الملصق في مكانه المناسب والصحيح وتحديد مفهومه بوضوح وكذلك الاهتمام بالملصق كظاهره فنية متكاملة وكشكل من أشكال الابتكار والإبداع الفني والذهني. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الكيفي الذي يعالج المعلومات بشكل نوعي، واستخدم الباحث أسلوب الملاحظة لتحليل عينة من الملصقات وأسلوب المقابلة مع المتخصصين في فن التصميم وأساتذة التربية وعلم النفس في تحليل الملصقات، وأظهرت نتائج الدراسة أن كثير من وكالات الإعلان لا تستعين بمتخصصين في مجال علم النفس والاجتماع والفن التشكيلي ليساهموا في دعم السلوك الذي يحقق النمو الإيجابي لشخصية الفرد وبناء المجتمع الصحيح، وإنه برغم حجم الإنفاق الهائل على الحملات الإعلانية لمعالجة بعض المظاهر السلوكية في المجتمع لازالت المنظمات التي قامت بتلك الحملات تعاني من انتشار هذه الظاهرة مما يعني ضرورة مراجعتها بشكل مستمر.

وهدفت دراسة عياش، وأبو سنينة (2013) إلى الكشف عن فاعلية برنامج تدريبي في تنمية الثقافة البيئية والاتجاهات الإيجابية نحو البيئة لدى طالبات كلية العلوم التربوية والآداب التابعة لوكالة الغوث الدولية – الأردن، واعتمدت هذه الدراسة على منهج البحث التجريبي، حيث استخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات، طبقت على عينة عددها (74) طالبة من طالبات السنة الثانية، وقُسمت العينة إلى مجموعتين بالطريقة العشوائية، مجموعة تجريبية وعددها (37) طالبة، ومجموعة ضابطة وعددها (37) طالبة ممن كُنَّ يدرسن مساق العلوم الحياتية،

وطُبّق برنامج تدريبي مُستند إلى التربية البيئية أُعدَّ خصيصاً لهذه الدراسة على المجموعة التجريبية، وخُصص له (12) ساعة تدريبية، مقسمة على (4) أسابيع، بمعدل (3) ساعات أسبوعياً، ثم طُبّق اختبار تحصيلي ومقياس اتجاهات أُعدَّ من قبل الباحثين، واسْتُخْرِج صدق أداتي الدراسة وثباتهما، وأظهرت النتائج الدراسة تفوق المجموعة التجريبية على المجموعة الضابطة في اختبار التحصيل ومقياس الاتجاهات، حيث كان المتوسط الحسابي للمجموعة التجريبية في اختبار الثقافة البيئي (21.95)، بينما كان المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة على الاختبار نفسه (16.32). وعند تطبيق اختبار تحليل التباين المشترك تبين أن الفروق دالة إحصائياً لصالح المجموعة التجريبية، أما المتوسط الحسابي على مقياس الاتجاهات البيئية للمجموعة التجريبية فكان (174.74)، بينما المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة فكان (130.68)، وكانت هذه الفروق دالة إحصائياً لصالح المجموعة التجريبية، وتشير النتائج إلى فاعلية البرنامج التدريبي في زيادة مستوى الثقافة البيئية وتنمية الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة لدى عينة الدراسة.

وقام كل من أحمد وعلي (2015) بإجراء دراسة هدفت إلى قياس فعالية البرنامج المقترح على تنمية بعض مهارات تصميم ملصق إعلاني للوعي البيئي وإبراز دور الملصق الإعلاني التربوي في تعديل المظاهر السلوكية وما يرتبط بها من مفاهيم وقيم لدى الطلبة، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي باستخدام بطاقة تقييم للأداء الفني في تصميم الملصق الإعلاني التربوي بتطبيق قبلي وبعدي وطبقت هذه الدراسة على عينة تم اختيارها عشوائياً عددها (30) طالب وطالبة من طلاب الفرقة الثالثة قسم التربية الفنية النوعية بقنا، وأظهرت فعالية البرنامج المقترح في تنمية بعض مهارات تصميم ملصق إعلاني للوعي البيئي نتيجة التركيز على بعض مهارات الملصق الإعلاني، وأظهرت نتائج الدراسة ممارسة العديد من الأنشطة للتجريب على

عنصري اللون لاستخراج أشكال وألوان وكتابات مبتكرة تثير الانتباه نحو السلوكيات والقضايا البيئية وقد تحقق ذلك من خلال البرنامج بشكل فعال مما كان له الأثر الأكبر على الطلاب.

وأجرى كاظم (2015) دراسة هدفت إلى توظيف تيار الفن الشعبي (pop art) في إنتاج مخططات تجريبية تصميمية لملصقات سياحية إعلانية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي من خلال إنتاج مخططات تجريبية تصميمية لملصقات سياحية إعلانية وطبقت هذه الدراسة على عينة من الملصقات السياحية وذلك باستعارة أسلوب الفنان الامريكي (آندي وارهول) تحديداً في جانب التكرار والتعددية في توظيف العناصر، وأظهرت نتائج الدراسة أن المخططات التجريبية التصميمية جاءت لتأكيد الجانب الإعلاني والترويج الدعائي، وجاءت أيضاً بنظام تعبيري خاص ينطلق من ذاتية مصدرها اللاوعي بتفاعلها مع المتغيرات الخاصة بالا موضوعية الآنية في طرح الفكرة التصميمية.

وهدفت دراسة الزعبي (2015) إلى معرفة مستوى الوعي البيئيّ لدى طلبة كلية العلوم التربوية في جامعة العلوم الإسلامية العالمية وعلاقته بمتغيري الجنس، والتخصص، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي– المسحي ، حيث استخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات تمّ التأكد من صدقها وثباتها بالطرق الملائمة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة كلية العلوم التربوية في جامعة العلوم الإسلامية العالمية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (2012/ 2013)، والبالغ عددهم (576) طالباً وطالبة أما عينة الدراسة فقد بلغت (80) طالباً وطالبة، وقد تمّ اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الوعي البيئي لدى الطلبة مرتفعٌ وبنسبة مئوية بلغت (77.5) ، وإلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (α =0.05) في مستوى الوعي البيئي يعزى لمتغير الجنس، بينما وجدت فروق ذات دلالة

إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha=0.05)$ في مستوى الوعي البيئي تعزى لمتغير التخصص لصالح تخصص الإرشاد والصحة النفسية.

أما دراسة خلف (2015) هدفت للتعرف إلى الدور الذي يمكن أن تقوم به حملات العلاقات العامة البيئية في إمداد الجمهور بالمعلومات البيئية لغرض نشر التوعية البيئية واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي – المسحي واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات، وأظهرت نتائج الدراسة أن نجاح أو عدم نجاح حملات العلاقات العامة يرجع إلى النظام الإعلامي نفسه فالمعلومات ليست شرطاً لإحداث تغيير في الاتجاهات، والسلوكيات، وأن حملات العلاقات العامة تحاول زرع عادات جديدة حول أشياء مهمة في حياة الناس وفي الكثير من الحملات لا يقف الهدف عند تغيير الاتجاهات، بل يتجاوزها إلى تغيير السلوك البيئي لدى الأفراد.

ثانياً. الدراسات الأجنبية:

وأجرى كير وآخرون Kerr et al (2000) دراسة هدفت إلى تقييم ومعرفة مدى تأثير الملصق على أفراد المجتمع الأقل نشاطًا في استخدام الدرج بدل السلم، أو الدرج الكهربائي المتحرك عن طريق سؤال كل من مستخدمي الدرج و السلم المتحرك، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب المقابلات لجمع المعلومات من أفرد المجتمع في مراكز التسوق في برمينغهام Birmingham، طبقت على عينة (658) أجري معهم مقابلات شخصية منهم (270) شخصاً من مستخدمي الدرج العادي و(388) شخصاً من مستخدمي السلم أو الدرج الكهربائي وتم وضع الملصقات في أعلى الدرج لمدة (4) أسابيع مما شجع على استخدامه، وأظهرت نتائج الدراسة وجود ردة فعل إيجابية تجاه الملصقات حيث تم ملاحظة تزايد في عدد المستخدمين للدرج العادي، إن الأشخاص الأكثر تأثراً بالملصق هم الأشخاص غير المعتادين على استخدام السلم الكهربائي، وأن تأثير الملصق كان على مستوى الوعي، حيث زاد من إدراك أفراد

المجتمع للفوائد الصحية لاستخدام الدرج العادي وكذلك على المستوى السلوكي حيث بدأ أكبر عدد من الأفراد بتغيير عاداتهم السلوكية من كونهم مستخدمين للسلم الكهربائي إلى مستخدمين للدرج العادي.

أما دراسة وانج Wang (2000) هدفت إلى إمكانية تقصي أن يكون تصميم الملصق وسيلة تعليمية قابله للتطبيق وإيصال رسالة إلى الجمهور وإعداد حملة بيئية تؤثر عليهم، تهدف إلى تثقيفهم وتحفيزهم لإعادة استخدام الأدوات اليومية المألوفة. وكان من المؤمل أن يأتي مشاهدو هذه الحملة بأفكار فريدة من نوعها للحفاظ على الموارد الطبيعية مما يؤدي بهم إلى استكشاف معنى المسؤولية البيئية ، ويركز بشكل خاص على طرق الاقتراب من الحملة البيئية، ولنقل الرسائل ومخاطبة الجمهور. وقدمت الدراسة جانب من جوانب المحافظة على البيئة التي من شأنها أن تكون أكثر من مجرد إعادة تدوير، كما هدفت إلى استكشاف دور تصميم الجرافيك في التواصل مع القضايا البيئية، واعتمدت على أداة الاستبانة في جمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (25) شخصا حيث تم توجيه الأسئلة لهم خلال الدراسة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الرسوم ستشهد إقبالاً إضافياً إذا تم النظر تلقائياً إلى القضايا البيئية مثل الحفاظ على الموارد الطبيعية عن طريق الحد من استخدام المواد الضارة بالبيئة، وأن التواصل البصري من شأنه أن يوصل نهج معقول للمجتمع من خلال الرسائل البصرية.

وهدفت دراسة نيشتار وآخرون Nishtar et al (2004) إلى التحقيق في فاعلية الملصقات كوسيلة لنقل المعلومات المتعلقة بارتفاع ضغط الدم. وكذلك مدى تأثيرها في جذب الناس ودفعهم لقياس ضغط الدم في الباكستان، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، بحيث تم وضع ملصقات تعرض معلومات عن ضغط الدم داخل غرف الانتظار والمرافق الصحية والبالغ عددها (339) في المستشفيات العامة والخاصة والعيادات العامة والخاصة، كما وزعت على (5)

مدن في باكستان، وتم استخدام أداة الاستبانة لمعرفة رأي الممثلينَ الطبيينَ المسؤولين عن المرافق الصحية في الملصقات واستخدام أسلوب المقابلات بأخذ رأيهم حول التجربة، وطبقت على عينة عددها (1017) شخصاً ممن كانوا بالمرافق الصحية، وأظهرت نتائج الدراسة أن الملصق لافتًا للانتباه، فقد فَهِمَ أكثر من نصف العينة رسالة الملصق، وكان من الصعب تتبع فاعلية الملصق في تغيير سلوك أفراد المجتمع فيما يتعلق بفحص ضغط الدم.

وهدفت دراسة روي و إليك Rowe & Ilic (2009) إلى الكشف عن مدى أثر عرض الملصق الأكاديمي، ومعرفة فوائده وقيوده، باعتباره وسيلة فاعلة تساهم في نقل البيانات والمعرفة الأكاديمية المتاحة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبانة التي تناولت أسئلة عن آرائهم حول مواقفهم وخبراتهم في عروض الملصقات، طبقت على عينة عددها (88) شخصاً تم تكليفهم بتقديم ملصقات أكاديمية في مؤتمرين للبحوث والمشاريع في حزيران، سنة 2007 و2008 في جامعة بورنموث Bournemouth في إنجلترا، وأظهرت نتائج الدراسة أن الملصقات وسيلة جيدة لنقل المعرفة كما أنها طريقة فاعلة ومؤثرة لنشر المعلومات الأكاديمية، وإن الأثر البصري للبوستر أكثر تأثيراً من محتوى الموضوع، حيث إن (94%) من الأفراد وافقوا على أن الصور المكونة للملصقات هي التي تجذب انتباه المشاهدين.

وقام كل من سنجوبوتا وداس وماجي Sengupta, Das & Maji (2010) دراسة هدفت الى تأثير الحصة الدراسية (فنون، علوم، تجارة) وتأثير جنس طلاب الصف الثاني عشر على الوعي البيئي والسلوك المتعلق بالبيئة واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي- المسحي وقد استخدمت أداة الاستبانة، وطبقت على عينة مأخوذة من مدارس الثاني عشر في كولكاتا (Kolkata) بحيث تم اختيار العينة عشوائياً وكان عددها (360) طالباً (180) ذكور و(180) إناث، وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الوعي البيئي لطلاب حصة العلوم أقل من طلاب حصتي

الفنون، والتجارة، أما فيما يخص متغير الجنس فكان له تأثير على الوعي البيئي والسلوك تجاه البيئة بنسب متفاوتة حيث لوحظ أن الوعي البيئي للإناث أعلى من الذكور.

وهدفت دراسة شيري Shirey (2011) إلى معرفة كيف يمكن لطريقة عرض المحتوى أو توصيل المعلومات أن يؤثر على فهم المشاهد وسلوكهم تجاه البيئة وكيف يمكن استغلال القوة التعبيرية للصورة والكلمة لتعزيز مدى أهمية الفكرة التصميمية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي واستخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات عن طريق طرح أسئلة متعلقة بالقضايا البيئية، بالإضافة إلى استخدام المحاضرات والفيديوهات التثقيفية وملصقات توعوية وطبقت الدراسة على عينة عددها (11) شخص تتراوح أعمارهم بين (25) و(40) سنة وتم اختيارهم من تخصصات غير متعلقة بالبيئة مباشرة وتم التركيز على موضوع المياه المعبئة في القوارير، وقد أظهرت نتائج الدراسة أنّ السلوك البيئي تحكمه الحياة اليومية، وعادات البشر السيئة تجاه البيئة لذا فإنّ تحسين السلوك البيئي يعتمد على الحد من هذه العادات السيئة، وإن اختيار الناس للشرب من الصنابير، أو من المياه المعبئة في قارورة، يرجع إلى المتوفر من الخيارين لذا فإن توفير الصنابير يقلل من استخدام المياه المعبئة بالقارورة، وأظهر الأفراد رغبتهم في تحسين سلوكهم البيئي ورغبتهم في تبني ثقافة إعادة التدوير، وإنّ (7) من أصل (11) مشارك في الدراسة غيروا سلوكهم البيئي تجاوباً مع طرق العرض التفاعلية مثل الملصقات التوعوية والفيديوهات.

وهدفت دراسة تيكين Tekin (2012) إلى التحقق من الوعي البيئي للأساتذة المتدربين تجاه البيئة قبل الخدمة في الدراسات العليا ومقارنة مخاوفهم واهتماماتهم تجاه البيئة في جامعة خاصة غير ربحية في أنقرة من حيث بعض المتغيرات الديموغرافية، الجنس، التخصص، ومدة التدريب (سنة أو أكثر) واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي- المسحي واستخدم الباحث أداة الاستبانة باللغتين الانجليزية والتركية وتم توزيعها عبر البريد الالكتروني، واستخدم الباحث أيضاً

أسلوب المقابلات مع المشاركين لفهم آرائهم بخصوص البيئة ولمعرفة الحلول التي يتم اقتراحها المتعلقة بالقضايا البيئة، وطبقت على عينة عددها (100) معلم متدرب شارك في الدراسة التي أظهرت نتائجها أن نسبة الوعي البيئي للمعلمين ومخاوفهم تجاه البيئة مثل الاحتباس الحراري ضعيف أو متوسط النسب، أما بخصوص الجنس فلم يكن هناك اختلاف بين الذكور والإناث حيث أظهر كلاً منهما وعياً بيئياً ضعيفاً وذلك ربما راجع إلى حقيقة أنهم اختاروا التعليم كمهنة فقط، و أما بالنسبة للتخصص فقد أظهرت مجموعة التخصصات في الحاسوب نسبة ضعيفة في الوعي البيئي مقارنةً مع المجموعات الأخرى لكن كان هناك تفاوت بين معلمين تخصص اللغة الإنجليزية وآدابها والبيولوجيا، حيث أظهر معلمو اللغة الإنجليزية وعياً بيئياً أكثر من معلمي البيولوجيا.

كما هدفت دراسة أدكنس وليون Adkins & Lyon (2012) إلى تحفيز الطلاب على تحويل الأبحاث المنشورة إلى ملصقات للجمهور المتلقي وهي عبارة عن مشروع تنموي قام الطلاب بقراءة أبحاث علمية ألمانية معينة حسب اختيارهم وذلك لتوصيل الأدب العلمي للقارئ في الحرم الجامعي. كما هدف المشروع إلى تقييم تجريبي لأثر هذه الملصقات على العامة ولقد كانت المواضيع المختارة تتحدث حول قضايا تنمية الطفل، وكانت الملصقات تهدف إلى تثقيف وتنوير الطلاب في الحرم الجامعي عن أهمية هذه القضايا. واعتمدت هذه الدراسة المنهج التجريبي بحيث أجريت 3 دراسات في كلية روانوك المنهجية، الدراسة الأولى طبقت على عينة مكونه من (138) شخصاً منهم (110) طلاب والباقي من الإدارة الجامعية وعينة مكونه من (21) من الآباء و(74) من الأشخاص اللذين كانوا يخططون إلى إنجاب الأطفال ولقد تم وضع حوالي (18) ملصقاً على الجدران في صالة واسعة. وقبل دخول المعرض، أُعطي المشاركين اختبار معرفة وبعد رؤية الملصقات أُعطى المشاركين اختبار معرفة مثل الأول مع إضافة سؤال يخص مدى تأثرهم بالملصقات أما الدراسة الثانية شارك (194) مشاركاً وقاموا بملء اختبار قصير مثل الدراسة

الأولى إلا إنّ الدراسة الثانية تختلف في أن اختبار المعرفة تم عرضه عن طريق الانترنت بحيث تم عرض (16) ملصقاً لمدة اسبوع على البريد الالكتروني لكل مشترك، أما الدراسة الثالثة شارك (108) اشخاص في المعرض مع الإجابة على الاختبار بعرض (31) ملصقاً، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ عرض الملصقات بهذه الطريقة كان ناجحاً حيث استفاد الكثيرون من هذه التجربة، وأنّ المشاركين الذين أجابوا على الاختبار مباشرة بعد العرض أجابوا بطريقة أفضل وعرضوا معلومات أكثر من الذين أجابوا بعد أسبوع.

وأجرى امينراد وزكريا وهادي وساكاري Aminrad et al (2013) دراسة هدفت إلى تحديد العلاقة بين الوعي البيئي، المعرفة والسلوك نحو البيئة تضمنت طلاب الثانوية مدينة كاجانغ (Kajang) في ماليزيا واعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي- المسحي، حيث استخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات، طبقت على عينة عددها (470) طالباً، كما طبقت هذه الدراسة على (9) مدارس ثانوية وتم توزيع (600) استبيان على الطلاب يحتوي كل استبيان على (48) سؤال مقسماً على (3) اقسام وهي (20) سؤال حول الوعي البيئي (9) حول المعرفة البيئية (19) سؤال حول السلوك البيئي، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ نسبة الوعي البيئي كانت مرتفعة وكذلك نسبة معرفتهم للبيئة وقضايا البيئة وكان لمعظم الطلاب موقفاً ايجابياً نحو البيئة وقضاياها، وكشفت عن وجود علاقة قوية بين الوعي البيئي والسلوك نحو القضايا البيئية، وكشفت أيضا أنّ نسبة الوعي البيئي والسلوك الايجابي نحو البيئة يأتي من الأسرة، المعلمين، المناهج الدراسية، المطالعة، والإعلام المرئي والمسموع.

وأجرى كل من أوغولو، شاهين، وباسلار Ugulu, Sahin & Baslar (2013) دراسة هدفت إلى بناء أداة موثوقة لقياس السلوك البيئي لدى طلاب الثانوية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي- المسحي واستخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات وطبقت على عينة

عددها (350) طالباً في الصف العاشر من ثلاثة مدارس ثانوية في تركيا وأظهرت نتائج الدراسة أنه يمكن معرفة مدى الوعي البيئي لدى الطلبة عن طريق تقسيمه إلى أربعة عناصر وهي:

- قضايا متعلقة بالوعي البيئي مثل (نظافة البيئة، الثقافة البيئية، والاقتصاد البيئي).
- قضايا متعلقة باستنزاف الموارد الطبيعية مثل الاستهلاك غير العقلاني للموارد وطرق المحافظة عليها.
- قضايا متعلقة بإعادة التدوير مثل تعليم المواطنين ثقافة إعادة التدوير.
- قضايا متعلقة بالحس البيئي والسلوك مثل الأعمال التطوعية.
- وأن هناك تجاوباً كبيراً من قبل طلاب الثانوية تجاه الوعي البيئي مع وجود تفاوت في الوعي البيئي بين الذكور والإناث.

وهدفت دراسة جوبيند Gobind (2014) إلى الكشف عن دور الملصق في نشر معلومات عن التوعية بفيروس الإيدز بمؤسسات التعليم العالي، ومدى تأثيره كوسيلة توعوية ضد هذا المرض، واعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي باستخدام أداة الاستبانة للكشف عن تصورات الموظفين الأكاديميين، والإداريين، والطلاب عن ملصقات فيروس الإيدز داخل الجامعة، والقيام بإجراء مقابلات شخصية معهم دعمت المعلومات التي تم جمعها من الاستبانة، طبقت على عينة عددها (739) مشاركًا من أربع جامعات في جنوب أفريقيا، وأظهرت نتائج الدراسة أنه لم يتم تحديد درجة الوعي (مدى تأثير الملصق فعلياً) التي احتواها ونشرها الملصق عن فيروس الإيدز، وأن كل المشاركين قد لاحظوا الملصقات الموضوعة بالجامعة، وهذا شجع منسقو البرامج وأكد جهودهم المبذولة نحو نشر الوعي بمرض الإيدز.

التعقيب على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يلاحظ ما يلي:

- إنّ العديد من الدراسات السابقة تبحث في موضوع الملصقات والقضايا والمشكلات البيئية ومستوى الوعي البيئي لدى الناس إلا إنّها اختلفت في العديد من الأوجه كالعينة المختارة وطبيعة المكان والزمان ومنهج الدراسة المستخدم.
- إن العديد من الدراسات السابقة بحثت في الكشف عن القضايا والمشكلات البيئية والعلاقة بين الوعي البيئي وسلوك الأفراد تجاه البيئة، بالإضافة إلى قياس مستوى الوعي البيئي وتنمية الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة لدى أفراد المجتمع مثل دراسة (Sengopta et al, 2010)، ودراسة (TekinK, 2012)، ودراسة (عياش وابو سنينة، 2013)، ودراسة (Aminrad et al, 2013) ودراسة (Ugulu et al, 2013) ودراسة (الزعبي،2015).
- أما العديد من الدراسات الأخرى فقد بحثت في الكشف عن دور الملصق في معالجة بعض المظاهر السلوكية في المجتمع ومدى فاعليته في جذب انتباه المتلقي وما يرتبط به من معلومات ومفاهيم وقيم جمالية ووظيفية مثل دراسة (Kerr, 2000) ودراسة (Nishtar et al, 2004) ودراسة (محسن، 2006) ودراسة (عسيري، 2007) ودراسة (أحمد وعلي، 2015).
- وهناك العديد من الدراسات التي بحثت عن أثر عرض الملصقات باعتبارها وسيلة فاعلة تسهم في نقل المعلومات والكشف عن دورها كوسيلة توعوية ومدى تأثيرها وتصميمها، بأن يكون وسيلة تعليمية وتثقيفية قابلة للتطبيق وإيصال رسالة إلى الجمهور من خلال القيام بحملات بيئية تؤثر في أفراد المجتمع مثل دراسة (Wang, 2000)، ودراسة (العنانزة،

2006)، ودراسة(Row & Ilic,2009)، ودراسة (Adkin & Lyan, 2012)، ودراسة (Gobind, 2014)، ودراسة (خلف، 2015).

- كما اهتمت العديد من الدراسات بدراسة مجال تصميم الجرافيك وعلاقته بالقضايا والمشكلات البيئية والوعي البيئي من وجه نظر المصمم فيما يخص إعادة التدوير، والبحث في استخدام الممارسات المستدامة والمواد المعاد تدويرها مثل دراسة (Wang, 2000) و(Shirey, 2011).

- هناك تشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة من حيث أداة البحث المستخدمة في جمع البيانات والمعلومات وهي الاستبيان كدراسة (الزعبي،2015) و(عياش وأبو سنينة، 2013) و (العنانزه، 2006) و(Wang, 2000) و(Row& Ilic, 2009) و(Nishtar et al , 2004) و(Gobind, 2014) و(Sengopta et al, 2010) و(Shirey, 2011) و(Tekin, 2012) و(Aminrad et al, 2013) و(Ugulu et al, 2013) و(Adkin & Lyan, 2012).

- وقد اختلفت هذه الدراسة عن الدراسات الأُخرى من حيث الأداة مثل دراسة (محسن، 2006)، و(عسيري، 2007) بحيث استخدم كل منهما اسلوب الملاحظة الميدانية وأضاف (Kerr et al, 2000)، و (العسيري،2007)، و(Tekin, 2012) من خلال أسلوب المقابلات، كما اختلف عن دراسة (أحمد وعلي، 2015) من حيث استخدامهم لبطاقات تقيم الأْداء.

- هناك تشابه بين الدراسة الحالية ودراسة الزعبي من حيث قياس مستوى الوعي البيئي لطلاب الجامعات وأن الدراسة الحالية قامت على قياس مستوى الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك من خلال التجربة التي تم تطبيقها عليهم.

- وقد وجد تشابه بين الدراسة الحالية وبعض الدراسات السابقة من حيث المنهج الذي استخدمته الباحثة في هذه الدراسة هو منهج البحث شبه التجريبي مثل دراسة (Nishtar et al, 2004)، ودراسة (Adkin & Lyan, 2012)، و(Shirey, 2011)، و(احمد وعلي، 2015)، و(كاظم، 2015)، و(عياش وابو سنينة، 2015).
- وهناك اختلاف بين الدراسة الحالية وبعض الدراسات السابقة من حيث المنهج المتبع من قبل الباحثة اذ استخدم البعض المنهج الوصفي مثل دراسة و(Wang,2000) و(Kerr,2000) و(محسن، 2006) و(العنانزة، 2006) و (عسيري، 2007) و(Row&Ilic,2009) و(Sengupta et al, 2010) و(Tekin, 2012) و(Aminrad et al, 2013) و (Ugulu,2013) و (Gobind,2014) و(الزعبي، 2015).
- وهناك تشابه بين الدراسة الحالية ودراسة Wang فيما يخص مجال تصميم الجرافيك ودوره في التواصل مع المجتمع لإيصال الرسائل المتعلقة بالقضايا والمشكلات البيئية، ولكن تختلف عنها في أن دراسة Wang تقصت إمكانية أن يكون تصميم الرسوم وسيلة تعليمية قابلة للتطبيق بينما الدراسة الحالية أظهرت أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.

ومما سبق نتوصل إلى أنّ هناك أوجه تشابه بين الدراسة الحالية وبعض الدراسات السابقة من حيث المنهج ومن حيث بعض الأدوات والإجراءات المستخدمة في أداة الاستبيان ، ولكنها اختلفت مع بعض منها. **وبذلك تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فيما يلي:**

إنّها تناولت أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في كل من المجالات الثلاث مجال إعادة التدوير، ومجال ترشيد استهلاك الطاقة، ومجال ترشيد استهلاك المياه، وزيادة الوعي البيئي بالقضايا، والمشكلات البيئية، والإحساس بالانتماء من قبل طلاب الكلية نحو بيئتهم ومجتمعهم.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

تناول هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة المستخدم، ومجتمع الدراسة، وعينتها، والأداة التي تم استخدامها ودلالات صدقها وثباتها وتحديد متغيرات الدراسة وإجراءاتها والمعالجات الإحصائية التي استخدمت لاختبار الفرضيات والإجابة عن أسئلة الدراسة.

منهج البحث المستخدم:

تم استخدام المنهج شبه التجريبي للكشف عن أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، وذلك لمناسبته وطبيعة هذه الدراسة وأهدافها.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة كلية الفنون الجميلة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2017/2016 البالغ عددهم (983) طالبًا وطالبةً وفقًا لإحصاءات دائرة القبول والتسجيل في جامعة اليرموك؛ وذلك كما هو مبين في الجدول رقم (1).

الجدول (1)

توزيع أفراد مجتمع طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك وفقًا للقسم وللسنة الدراسية

السنة	القسم				الكلي
	التصميم	الفنون التشكيلية	الموسيقى	الدراما	
الاولى	113	22	10	9	154
الثانية	105	26	6	15	152
الثالثة	132	39	25	31	227
الرابعة	184	124	54	80	442
الخامسة فما فوق	5	2	0	1	8
الكلي	539	213	95	136	983

عينة الدراسة:

قد تم اختيار عينة الدراسة باستخدام الطريقة العشوائية البسيطة، وتم تحديد عددها استنادا إلى جدول بارتليت كوترليك هيجينز (bartlet, kotrlik, Higgins, 2001). وقد تم توزيع أفراد العينة إلى مجموعتين تجريبية وعددها (216)، وضابطة وعددها (231)، وذلك وفقًا لإجراءات مُحدَّدة للتمكن من تحقيق أهداف الدراسة؛ هي: تطبيق أداة الدراسة التطبيق القبلي على أكبر قدرٍ ممكنٍ من طلبة كلية الفنون الجميلة المتواجدين في قاعات الدراسة مع اشتراط تثبيت الرقم الجامعي لكل من استجاب منهم عليها لمدة أسبوع، ثم عرض الملصقات التوعوية في مختلف مرافق كلية الفنون الجميلة التي تراعي أبعاد الدراسة، حيث تم وضع الملصقات التوعوية المعنية بالوعي البيئي بإعادة التدوير في الأماكن التي تتواجد فيها سلال المهملات، ووضع الملصقات التوعوية المعنية بالوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة في الأماكن التي تتواجد فيها أباريز ومفاتيح الكهرباء، ووضع الملصقات التوعوية المعنية بالوعي البيئي بترشيد استهلاك الماء في أماكن تواجد صنابير الماء، لمدة أسبوع، ثم تطبيق أداة الدراسة التطبيق البعدي على أكبر قدر ممكن من طلبة كلية الفنون الجميلة المتواجدين في قاعات الدراسة مع اشتراط تثبيت الرقم الجامعي وحالة المشاهدة للملصقات التوعوية (لا؛ لم أشاهدها، نعم؛ شاهدتها) لكل من استجاب منهم عليها لمدة أسبوع؛ ثم بعد إدخال استجابات الطلبة إلى ذاكرة الحاسوب تمت مطابقة الرقم الجامعي بين التطبيقين القبلي والبعدي مع إسقاط الطلبة ذوي الرقم الجامعي غير المتطابق في التطبيق القبلي والبعدي، حيث لم يزد عددهم عن (75) طالبًا وطالبة منهم (43) في التطبيق القبلي، و(32) في التطبيق البعدي، وبهذا أصبح حجم عينة الدراسة مؤلف من (447) طالبًا وطالبةً من أصل (983) طالبًا وطالبةً

بكلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك مشكلين ما نسبته 45.47% من مجتمع الدراسة، وذلك كما هو مبين في الجدول 2 والجدول 3.

الجدول (2)

توزع أفراد عينة طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك وفقًا للمشاهدة وللقسم

المتغير	مستويات المتغير	هل شاهدت الملصقات التوعوية في الكلية؟		المجموع
		المجموعة الضابطة (لا؛ لم أشاهدها)	المجموعة الضابطة (لا؛ لم أشاهدها)	
القسم	التصميم	122	122	244
	الفنون التشكيلية	53	44	97
	الموسيقى	23	21	44
	الدراما	33	29	62
	الكلي	231	216	447

الجدول (3)

توزع أفراد عينة طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك وفقًا للمشاهدة وللسنة الدراسية

المتغير	مستويات المتغير	هل شاهدت الملصقات التوعوية في الكلية؟		المجموع
		المجموعة الضابطة (لا؛ لم أشاهدها)	المجموعة التجريبية (نعم؛ شاهدتها)	
السنة الدراسية	الأولى	36	35	71
	الثانية	36	34	70
	الثالثة	56	48	104
	الرابعة فأكثر	103	99	202
	الكلي	231	216	447

أداة الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك:

تم بناء أداة الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، حيث تم التَّوصل إلى أداة مُكوَّنة من تسعٍ وأربعين فقرةٍ موزعة إلى ثلاثةِ أبعاد؛ هي: بعد الوعي البيئي بإعادة التدوير وله ثمانِ عشرة

فقرةٍ، وبعد الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة وله خمسَ عشرةَ فقرةً، وبعد الوعي البيئي بترشيد استهلاك الماء وله ستَ عشرةَ فقرةً، وذلك كما هي مبينة بصورتها الأوَّلية في الملحق رقم (1).

دلالات صدق وثبات الأداة

أ. الصدق الظاهري

للتَحَقُّق من الصدق الظاهري لأداة الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك؛ فقد تم عرضها بصورتها الأوَّلية على لجنة مؤلفة من سبعةِ محكمًا من أعضاء هيئة التدريس في مجالات (تصميم جرافيك، صحافة وإعلان، قياس وتقويم، مناهج وطرق تدريس) في جامعتي الشرق الأوسط، واليرموك في الأردن، كما هي مبينة في الملحق رقم (2)، وذلك بهدف إبداء ملاحظاتهم حول مدى انتماء الفقرات لأبعاد الوعي البيئي التي أُدرجت ضمنها من الناحية المنطقية، ومدى سلامة الصياغة اللغوية لها، وأيْ ملاحظات أو تعديلات يرونها مناسبة.

وقد تم الأخذ بجميع ملاحظات المحكمين بخصوص كل فقرة من فقرات الأداة المُجمَع عليها من قبلهم، حيث تم تعديل الصياغات اللغوية لبعضٍ منها، وبهذا فقد بقيت الأداة في صورتها النهائية مؤلفة من تسعٍ وأربعين فقرةً موزعةً إلى ثلاثةِ أبعاد؛ هي: بعد الوعي البيئي بإعادة التدوير وله ثمانِ عشرةَ فقرةً، وبعد الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة وله خمسَ عشرةَ فقرةً، وبعد الوعي البيئي بترشيد استهلاك الماء وله ستَ عشرةَ فقرةً، وذلك كما هي مُبيَّنة في الملحق رقم (3).

وتمت الإجابة عن فقرات أداة الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك ذات الاتجاه الإيجابي حسب تدريج ليكرت (Likert) الخماسي؛ وذلك على النحو الآتي: (موافق بشدةٍ وتأخذ 5 درجات، موافق وتأخذ 4 درجات، محايد وتأخذ 3 درجات، معارض وتأخذ درجتين،

معارض بشدةٍ وتأخذ درجة واحدة). كما تمت الإجابة عن فقرات الأداة ذات الاتجاه السلبي حسب تدريج ليكرت (Likert) الخماسي؛ وذلك على النحو الآتي: (معارض بشدةٍ وتأخذ 5 درجات، معارض وتأخذ 4 درجات، محايد وتأخذ 3 درجات، موافق وتأخذ درجتين، موافق بشدةٍ وتأخذ درجة واحدة)، وهما فقرتان: الفقرة (7): أؤيد عدم الحاجة إلى إعادة التدوير وأنَّ النفايات أمر طبيعي لا ضرر منها (**عكسية**)، والفقرة (11): أعتقد أنَّ توعية طلبة الجامعة بقضايا البيئة عن طريق الملصقات التوعوية المتعلقة بإعادة التدوير غير مجدية (**عكسية**)، ضمن مجال الوعي البيئي بإعادة التدوير، وهما فقرتان سالبتان وتم التعامل بهما بقلب القيمة السالفة الذكر فتتم عكس الإجابة عند التحليل.

ب. ثبات الأداة

لأغراض التَحَقُّق من ثبات الاتساق الداخلي لأداة الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك والأبعاد التابعة لها؛ فقد تم استخدام معادلة كرونباخ ألفا بالاعتماد على بيانات التطبيق الأول للعينة الاستطلاعية، ولأغراض التَحَقُّق من ثبات الإعادة للأداة والأبعاد التابعة لها؛ فقد تم إعادة التطبيق على العينة الاستطلاعية سالفة الذكر بطريقة الاختبار وإعادته Test–Retest بفاصل زمني مقداره أسبوعان بين التطبيقين الأول والثاني، حيث تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لعلاقة التطبيق الأول بالتطبيق الثاني، وذلك كما هو مبين في الجدول 4.

لها الجدول (4)

قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي والإعادة للأداة والأبعاد التابعة

المقياس وأبعاده	ثبات الاتساق الداخلي	ثبات الإعادة	عدد الفقرات
الوعي البيئي بإعادة التدوير	0.82	**0.85**	18
الوعي البيئي بالطاقة	0.83	**0.89**	15
الوعي البيئي بالمياه	0.84	**0.87**	16
الكلي للمقياس	0.93	**0.83**	49

يلاحظ من الجدول 5 أنَّ قيمة ثبات الاتساق الداخلي للأداة قد بلغت 0.93 وللأبعاد التابعة لها تراوحت من 0.82 وحتى 0.84، في حين بلغت قيمة ثبات الإعادة للأداة 0.83 وللأبعاد التابعة لها تراوحت من 0.85 وحتى 0.89.

إجراءات الدراسة:

لتَحَقُّق أهداف الدراسة؛ فقد تم اتباع الإجراءات التالية:

- بناء أداة الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك بالرجوع إلى الأدب النظري ذات الصلة بموضوع الدراسة.
- التَحَقُّق من الصدق الظاهري، والثبات للأداة في صورتها الأوَّلية.
- الحصول على كتاب تسهيل مهمة من رئيس جامعة الشرق الأوسط مُوَجَّه إلى عميد كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك؛ بهدف تسهيل مهمة الباحثة، كما هو مبين في الملحق رقم (4).
- الحصول على كتاب من مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام في جامعة اليرموك مُوَجَّه إلى جامعة الشرق الأوسط؛ بخصوص دعم تجربة الباحثة من خلال تصميم وتنفيذ ملصقات التوعوية البيئية ونشرها داخل الحرم الجامعي كما هو مبين في الملحق رقم (5).
- توزيع استبانة الأداة في التطبيقين القبلي والبعدي على أفراد عينة الدراسة التجريبية والضابطة بعد شرح هدف الدراسة لهم، والتأكيد عليهم بضرورة تثبيت الرقم الجامعي في كل تطبيق من التطبيقين القبلي والبعدي بفاصل زمني مقداره أسبوع بين التطبيقين.

- الطلب من أفراد عينة الدراسة الإجابة على فقرات الأداة كما يرونها معبرةً عن وجهة نظرهم بكل صدق وموضوعية في كلٍّ من التطبيقين القبلي والبعدي. وذلك بعد أن تمت إحاطتهم علمًا أنَّ إجابتهم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.
- جمع البيانات ثم إدخالها إلى ذاكرة الحاسوب، وذلك بهدف المعالجة الإحصائية لها.
- مناقشة النتائج وكتابة التوصيات.
- كتابة الرسالة بشكلها النهائي.

تصميم الدراسة والمتغيرات:

التصميم التجريبي:

تم استخدام التصميم التجريبي المبني في أدناه؛ وهو تصميم المجموعتين الضابطة والتجريبية ذات الاختباري القبلي، والبعدي، ويمثل هذا التصميم المخطط التالي:

- المجموعة التجريبية G1: R O1 × O2
- المجموعة الضابطة G1: R O1 – O2

حيث أن :

- R : وهو التوزيع العشوائي للمجموعتين التجريبية والضابطة
- O1 : هو الاختبار القبلي للمتغير التابع وهو الوعي البيئي
- × : يمثل التجربة وهو المتغير المستقل الذي يمثل (التعرض للملصقات التوعوية).
- O2 : هو الاختبار البعدي للمتغير التابع وهو الوعي البيئي
- – : المجموعة الضابطة (الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية)

واشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

أ. **المتغير المستقل المجموعة (التي شاهدت، لم تشاهد)؛** وهو: مشاهدة المُلصقات التوعوية، وله مستويان (نعم؛ شاهدتها، لا؛ لم أشاهدها).

ب. **المتغيرات الوسيطة؛** وهي:

1. **القسم:** وله أربعة مستوياتٍ؛ وهي (التصميم، الفنون التشكيلية، الموسيقى، الدراما).
2. **السنة الدراسية:** وله أربعة مستويات (الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة فأكثر).

ج. **المتغيرات التابعة؛ وهي:**

1. القياس البعدي للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.
2. القياس البعدي لأبعاد الوعي البيئي (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة، الوعي البيئي بترشيد استهلاك الماء) لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.

المعالجات الإحصائية:

استخدمت الباحثة الوسائل الإحصائية التالية من أجل الإجابة عن سؤال الدراسة واختبار فرضياتهِ:

1- استخدام التكرارات لوصف عينة الدراسة.

2- حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء أفراد الدراسة على أداة الدراسة بأبعادها المختلفة.

3- استخدام اختبار Willks' lambda من أجل التحقق من وجود أثر دال إحصائياً لمتغيرات الدراسة في تحليل (3-Way Customized Interaction MANCOVA).

4- إجراء تحليل التباين المشترك الثلاثي متعدد المتغيرات التابعة (3-Way Customized Interaction MANCOVA) من أجل الاجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة واختبار فرضيات الدراسة جميعها.

5- حساب معامل ارتباط بيرسون، ومعادلة كرونباخ ألفا من أجل التحقق من ثبات أداة الدراسة.

6- استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لإجاد دلالة الفروق للمجالات التي ظهرت فيها فروق دالة إحصائياً مثل متغير القسم.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر الملصقات التوعوية في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، وذلك عن طريق الإجابة عن سؤال الدراسة الذي نصَّ على: "**هل توجد فروق بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك تعزى للمجموعة التي (شاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها) والقسم والسنة الدراسية والتفاعل بين المشاهدة وكلٍّ من (القسم، السنة الدراسية)**؟"؛ الذي تتدرج ضمنه الفرضيات الآتية:

- لا يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الوسطين الحسابيين للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لمشاهدة (الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها).
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للقسم (التصميم، الفنون التشكيلية، الموسيقى، الدراما).
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للسنة الدراسية (الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة فأكثر).
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لتفاعل المشاهدة مع القسم.

- لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لتفاعل المشاهدة مع السنة الدراسية.

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء أفراد الدراسة على مقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك باختلاف المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها)، والقسم، والجدول (5) يبين ذلك.

الجدول (5)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للقياسين القبلي والبعدي للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك وفقًا للمجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها)، والقسم

المجال	المجموعة	القسم	العدد	القياس القبلي		القياس البعدي	
				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات التوعوية	التصميم	122	3.18	0.40	3.33	0.45
		الفنون التشكيلية	53	3.20	0.38	3.35	0.46
		الموسيقى	23	3.13	0.47	3.37	0.41
		الدراما	33	3.18	0.52	3.49	0.44
		المجموع	231	3.18	0.42	3.36	0.45
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	التصميم	122	3.17	0.44	4.25	0.22
		الفنون التشكيلية	44	3.11	0.41	4.23	0.20
		الموسيقى	21	3.30	0.36	4.22	0.20
		الدراما	29	3.21	0.37	4.22	0.24
		المجموع	216	3.18	0.42	4.24	0.22
	المجموع	التصميم	244	3.17	0.42	3.79	0.58
		الفنون التشكيلية	97	3.16	0.39	3.75	0.57
		الموسيقى	44	3.21	0.42	3.78	0.54
		الدراما	62	3.20	0.45	3.84	0.51
		المجموع	447	3.18	0.42	3.79	0.56
الوعي البيئي بمجال الطاقة	الضابطة	التصميم	122	3.19	0.45	3.18	0.42

	عدم مشاهدة الملصقات التوعوية	الفنون التشكيلية	53	3.18	0.42	3.24	0.42
		الموسيقى	23	3.38	0.39	2.92	0.43
		الدراما	33	3.10	0.44	3.02	0.39
		المجموع	231	3.20	0.44	3.14	0.43
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	التصميم	122	3.17	0.45	4.19	0.21
		الفنون التشكيلية	44	3.18	0.46	4.13	0.22
		الموسيقى	21	3.18	0.42	4.19	0.23
		الدراما	29	3.20	0.40	4.13	0.26
		المجموع	216	3.18	0.44	4.17	0.22
	المجموع	التصميم	244	3.18	0.45	3.68	0.61
		الفنون التشكيلية	97	3.18	0.44	3.65	0.56
		الموسيقى	44	3.29	0.42	3.53	0.73
		الدراما	62	3.15	0.42	3.54	0.65
		المجموع	447	3.19	0.44	3.64	0.62
الوعي البيئي في مجال المياه	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات التوعوية	التصميم	122	3.22	0.49	3.29	0.48
		الفنون التشكيلية	53	3.12	0.50	3.31	0.42
		الموسيقى	23	3.14	0.56	3.16	0.49
		الدراما	33	3.09	0.42	3.18	0.43
		المجموع	231	3.17	0.49	3.26	0.46
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	التصميم	122	3.22	0.47	4.12	0.26
		الفنون التشكيلية	44	3.21	0.48	4.24	0.24
		الموسيقى	21	3.21	0.48	4.23	0.26
		الدراما	29	3.06	0.50	4.17	0.20
		المجموع	216	3.19	0.48	4.16	0.25
	المجموع	التصميم	244	3.22	0.48	3.70	0.57
		الفنون التشكيلية	97	3.16	0.49	3.73	0.58
		الموسيقى	44	3.17	0.52	3.67	0.67
		الدراما	62	3.08	0.46	3.64	0.60
		المجموع	447	3.18	0.48	3.70	0.58
الدرجة الكلية للوعي البيئي	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات	التصميم	122	3.20	0.27	3.27	0.24
		الفنون التشكيلية	53	3.17	0.25	3.30	0.27
		الموسيقى	23	3.21	0.28	3.17	0.28

	التوعوية	الدراما	33	3.13	0.31	3.25	0.22
		المجموع	231	3.18	0.27	3.26	0.25
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	التصميم	122	3.19	0.25	4.19	0.13
		الفنون التشكيلية	44	3.17	0.31	4.20	0.14
		الموسيقى	21	3.23	0.26	4.21	0.11
		الدراما	29	3.16	0.23	4.18	0.14
		المجموع	216	3.18	0.26	4.19	0.13
	المجموع	التصميم	244	3.19	0.26	3.73	0.50
		الفنون التشكيلية	97	3.17	0.27	3.71	0.50
		الموسيقى	44	3.22	0.27	3.67	0.57
		الدراما	62	3.14	0.27	3.68	0.50
		المجموع	447	3.18	0.27	3.71	0.51

يلاحظ من الجدول (5) أن المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مقياس الوعي البيئي البعدي قد بلغ (4.19)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من المجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية والذي بلغ (3.26)، على الدرجة الكلية للوعي البيئي، وكذلك كانت المتوسطات في جميع المجالات، وأن المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من قسم التصميم كان الأْعلى؛ إذ بلغ (3.73)، يليه قسم الفنون التشكيلية بمتوسط حسابي (3.71)، يليه قسم الدراما بمتوسط حسابي (3.68)، وأخيراً جاء قسم الموسيقى بمتوسط حسابي (3.67).

كما تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء أفراد الدراسة على مقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك باختلاف المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها)، والسنة الدراسية ، والجدول (6) يبين ذلك.

الجدول (6)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للقياسين القبلي والبعدي للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك وفقًا للمجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها)، والسنة الدراسية

المجال	المجموعة	السنة الدراسية	العدد	القياس القبلي		القياس البعدي	
				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	36	3.17	0.40	3.29	0.42
		الثانية	36	3.27	0.37	3.37	0.41
		الثالثة	56	3.27	0.47	3.35	0.44
		الرابعة فاكثر	103	3.10	0.40	3.39	0.47
		المجموع	231	3.18	0.42	3.36	0.45
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	35	3.10	0.40	4.29	0.19
		الثانية	34	3.17	0.42	4.34	0.21
		الثالثة	48	3.22	0.43	4.29	0.14
		الرابعة فاكثر	99	3.19	0.42	4.16	0.23
		المجموع	216	3.18	0.42	4.24	0.22
	المجموع	الاولى	71	3.13	0.40	3.78	0.60
		الثانية	70	3.22	0.39	3.84	0.59
		الثالثة	104	3.25	0.45	3.78	0.58
		الرابعة فاكثر	202	3.14	0.41	3.77	0.54
		المجموع	447	3.18	0.42	3.79	0.56
الوعي البيئي بمجال الطاقة	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	36	3.25	0.34	3.27	0.46
		الثانية	36	3.20	0.55	3.17	0.33
		الثالثة	56	3.30	0.45	3.08	0.38
		الرابعة فاكثر	103	3.12	0.41	3.12	0.46
		المجموع	231	3.20	0.44	3.14	0.43
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	35	3.20	0.36	4.18	0.21
		الثانية	34	3.21	0.47	4.25	0.17
		الثالثة	48	3.28	0.48	4.24	0.21
		الرابعة فاكثر	99	3.11	0.43	4.11	0.22
		المجموع	216	3.18	0.44	4.17	0.22
	المجموع	الاولى	71	3.23	0.35	3.72	0.58
		الثانية	70	3.21	0.51	3.70	0.61
		الثالثة	104	3.29	0.46	3.62	0.66
		الرابعة فاكثر	202	3.11	0.42	3.60	0.61
		المجموع	447	3.19	0.44	3.64	0.62
الوعي البيئي في مجال المياه	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات	الاولى	36	3.29	0.46	3.44	0.57
		الثانية	36	3.31	0.43	3.38	0.42
		الثالثة	56	3.23	0.50	3.23	0.45

	التوعوية	الرابعة فاكثر	103	3.04	0.49	3.18	0.42
		المجموع	231	3.17	0.49	3.26	0.46
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	35	3.25	0.49	4.09	0.26
		الثانية	34	3.28	0.46	4.06	0.26
		الثالثة	48	3.27	0.44	4.07	0.23
		الرابعة فاكثر	99	3.11	0.49	4.27	0.21
		المجموع	216	3.19	0.48	4.16	0.25
	المجموع	الاولى	71	3.27	0.47	3.76	0.55
		الثانية	70	3.29	0.45	3.71	0.49
		الثالثة	104	3.25	0.47	3.62	0.56
		الرابعة فاكثر	202	3.07	0.49	3.71	0.64
		المجموع	447	3.18	0.48	3.70	0.58
الدرجة الكلية للوعي البيئي	الضابطة عدم مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	36	3.24	0.23	3.33	0.25
		الثانية	36	3.26	0.30	3.31	0.22
		الثالثة	56	3.27	0.27	3.23	0.24
		الرابعة فاكثر	103	3.09	0.24	3.24	0.26
		المجموع	231	3.18	0.27	3.26	0.25
	التجريبية مشاهدة الملصقات التوعوية	الاولى	35	3.18	0.22	4.19	0.13
		الثانية	34	3.22	0.25	4.23	0.14
		الثالثة	48	3.26	0.26	4.20	0.12
		الرابعة فاكثر	99	3.14	0.27	4.18	0.13
		المجموع	216	3.18	0.26	4.19	0.13
	المجموع	الاولى	71	3.21	0.22	3.76	0.47
		الثانية	70	3.24	0.28	3.75	0.50
		الثالثة	104	3.26	0.27	3.68	0.53
		الرابعة فاكثر	202	3.11	0.26	3.70	0.52
		المجموع	447	3.18	0.27	3.71	0.51

يلاحظ من الجدول (6) أن المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مقياس الوعي البيئي البعدي قد بلغ (4.19)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من المجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية والذي بلغ (3.26)، على الدرجة الكلية للوعي البيئي، وكذلك كانت المتوسطات في جميع المجالات، وأن المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من السنة الأولى كان الأعلى؛ إذ بلغ

(3.76)، يليه طلبة السنة الثانية بمتوسط حسابي (3.75)، يليه طلبة السنة الرابعة فاكثر بمتوسط حسابي (3.70)، وأخيراً جاء طلبة السنة الثالثة بمتوسط حسابي (3.68).

ولمعرفة ما إذا كانت الفروق بين المتوسطات الحسابية ذات دلالة عند مستوى الدلالة (α = 0.05) تم إجراء تحليل التباين المصاحب الثلاثي متعدد المتغيرات التابعة مخصص التفاعل 3- Way Customized Interaction MANCOVA ، للقياس البعدي لأبعاد الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك مجتمعة وفقًا للمشاهدة وللقسم وللسنة الدراسية بعد تحييد أثر القياس القبلي لأبعاد الوعي البيئي لديهم، والجدول (7) يبين نتائج التحليل.

الجدول (7)

تحليل التباين المصاحب المتعدد الثلاثي مخصص التفاعل للقياس البعدي لأبعاد الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك مجتمعة وفقًا للمجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها) وللقسم، وللسنة الدراسية.

الأثر	الاختبار		قيمة ف	درجة الحرية لـ:		مستوى الدلالة	حجم الأثر
	نوعه	قيمته		الفرضية	الخطأ		
المجموعة(مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها)	Wilks' Lambda	0.241	451.297	3	430.000	0.000	0.759
القسم	Wilks' Lambda	0.97	1.47	9	1046.658	0.154	0.010
السنة الدراسية	Wilks' Lambda	0.971	1.402	9	1046.658	0.182	0.010
المجموعة * القسم	Wilks' Lambda	0.969	1.49	9	1046.658	0.147	0.010
المجموعة * السنة الدراسية	Wilks' Lambda	0.915	4.299	9	1046.658	0.000	0.029

يتبين من الجدول (7) وجود أثر دال إحصائيًا لكلٍّ من المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها)، وتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع السنة الدراسية، عند مستوى الدلالة α= 0.05 على القياس البعدي لأبعاد الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك مجتمعة؛ ولتحديد على أيٍّ من القياس البعدي لأبعاد الوعي البيئي

لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك كان أثرُ كلٍّ من (المُشاهدة، تفاعل المشاهدة مع القسم، تفاعل المشاهدة مع السنة الدراسية)؛ فقد تم اجراء تحليل التباين المصاحب المتعدد الثلاثي مخصص التفاعل للقياس البعدي لمجالات الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك مجتمعة وفقًا للمجموعة(مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها) وللقسم وللسنة الدراسية، والجدول التالي يبين النتائج.

الجدول (8)

نتائج تحليل التباين المصاحب المتعدد الثلاثي مخصص التفاعل للقياس البعدي لمجالات الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك مجتمعة وفقًا للمجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها) وللقسم، وللسنة الدراسية.

مصدر التباين	المتغيرات التابعة	مجموع المربعات	درجة الحرية	وسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	حجم الأثر
القياس القبلي للوعي البيئي	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	0.05	1	0.05	0.403	0.526	0.001
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	0.153	1	0.153	1.380	0.241	0.003
	الوعي البيئي في مجال المياه	0.367	1	0.367	2.795	0.095	0.006
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	0.026	1	0.026	0.633	0.427	0.001
المجموعة(مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها)	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	47.256	1	47.256	**381.837**	**0.000***	0.469
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	70.168	1	70.168	**632.221**	**0.000***	0.594
	الوعي البيئي في مجال المياه	42.437	1	42.437	**323.198**	**0.000***	0.428
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	52.08	1	52.080	**1286.534**	**0.000***	0.749
القسم	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	0.281	3	0.094	0.758	0.518	0.005
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	0.952	3	0.317	**2.859**	**0.037***	0.019
	الوعي البيئي في مجال المياه	0.381	3	0.127	0.967	0.408	0.007
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	0.134	3	0.045	1.104	0.347	0.008
السنة الدراسية	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	0.54	3	0.180	1.455	0.226	0.010
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	0.482	3	0.161	1.446	0.229	0.010

	الوعي البيئي في مجال المياه	0.505	3	0.168	1.281	0.280	0.009
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	0.28	3	0.093	2.303	0.076	0.016
المجموعة * القسم	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	0.332	3	0.111	0.893	0.445	0.006
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	1.083	3	0.361	**3.251**	**0.022***	0.022
	الوعي البيئي في مجال المياه	0.197	3	0.066	0.499	0.683	0.003
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	0.156	3	0.052	1.281	0.280	0.009
المجموعة * السنة الدراسية	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	0.718	3	0.239	1.935	0.123	0.013
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	0.878	3	0.293	**2.636**	**0.049***	0.018
	الوعي البيئي في مجال المياه	3.303	3	1.101	**8.386**	**0.000***	0.055
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	0.148	3	0.049	1.218	0.303	0.008
الخطأ	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	53.464	432	0.124			
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	47.946	432	0.111			
	الوعي البيئي في مجال المياه	56.723	432	0.131			
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	17.488	432	0.040			
الكلي المعدل	الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	141.9	446				
	الوعي البيئي بمجال الطاقة	170.715	446				
	الوعي البيئي في مجال المياه	152.061	446				
	الدرجة الكلية للوعي البيئي	115.255	446				

- **الفرق دال احصائياً.**

يلاحظ من الجدول (8) أن قيمة (ف) بالنسبة للمجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، قد بلغت (**1286.534**)، وبمستوى دلالة (**0.000**)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي أداء أفراد الدراسة وفقاً لمتغير المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها)، كما بلغت قيم (ف) للمجالات الثلاث على النحو التالي: بلغت

(**381.837**)، وبمستوى دلالة (**0.000**) لمجال الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير، وبلغت (**632.221**)، وبمستوى دلالة (**0.000**) لمجال الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة، وبلغت (**323.198**)، وبمستوى دلالة (**0.000**) لمجال الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك المياه، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء افراد الدراسة في مجالات الوعي البيئي البعدي وفقاً لمتغير المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) على مقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، بمجالاته الثلاث.

كما يلاحظ من الجدول (8) أن قيمة (ف) بالنسبة للسنة الدراسية على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، قد بلغت (2.303)، وبمستوى دلالة (0.076)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي أداء افراد الدراسة وفقاً لمتغير السنة الدراسية ، وكذلك عدم وجود فروق في جميع مجالات الوعي البيئي البعدي؛ إذ بلغت قيم (ف) بين (1.455 – 1.281) وبمستوى دلالة بين (0.226– 0.280).

وتم استخراج المتوسطات الحسابية المعدلة لتعرف لصالح أي مجموعة كان الفرق على مقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك بمجالاته الثلاث، وفقاً لمتغير المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها)، وتُظهر النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية المعدلة والأخطاء المعيارية لأداء مجموعتي الدراسة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) على مقياس الوعي البيئي البعدي

المجال	المجموعة	المتوسط الحسابي المعدل	الخطأ المعياري
الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير	الضابطة	3.38	0.03
	التجريبية	4.27	0.03
الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة	الضابطة	3.10	0.03
	التجريبية	4.19	0.03
الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك المياه	الضابطة	3.30	0.03
	التجريبية	4.14	0.03
الدرجة الكلية للوعي البيئي	الضابطة	3.27	0.02
	التجريبية	4.21	0.02

يلاحظ من الجدول السابق أنّ المتوسط الحسابي المعدل للمجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مقياس الوعي البيئي البعدي كان الأعلى إذ بلغ (**4.21**)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية (**3.27**)، وهذا يشير إلى أن الفرق كان لصالح المجموعة التجريبية ، بمعنى أنّ مشاهدة الملصقات التوعوية كان لها فاعلية في تحسين مستوى الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، وبلغ حجم الأثر (0.749). كما يلاحظ من الجدول السابق أنّ المتوسطات الحسابية المعدلة للمجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجالات مقياس الوعي البيئي البعدي كانت أعلى من المتوسطات الحسابية المعدلة للمجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية، وهذا يعني أن مشاهدة الملصقات التوعوية كان لها فاعلية في تحسين مستوى الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك في مجالاته الثلاث.

يلاحظ من الجدول (8) أن قيمة (ف) بالنسبة للقسم على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، قد بلغت (1.104)، وبمستوى دلالة (0.347)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي أداء افراد الدراسة وفقاً لمتغير القسم، وكذلك عدم وجود فروق في مجالي: الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير، والوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك المياه؛ إذ بلغت قيم (ف) بين (0.967 – 0.758) وبمستوى دلالة بين (0.408 – 0.518)، في حين وجد فرق في مجال الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة؛ إذ بلغت قيم (ف) (**2.859**) وبمستوى دلالة بين (**0.037**)، . وتم استخراج المتوسطات الحسابية المعدلة لمجال الوعي البيئي بمجال الطاقة وتظهر النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية المعدلة والأخطاء المعيارية لأداء افراد الدراسة في مجال الوعي البيئي بمجال الطاقة البعدي

مجال	القسم	المتوسط الحسابي المعدل	الخطأ المعياري
الوعي البيئي بمجال الطاقة	الفنون التشكيلية	**3.72**	**0.04**
	التصميم	**3.69**	**0.02**
	الدراما	**3.60**	**0.04**
	الموسيقى	**3.58**	**0.05**

يلاحظ من الجدول السابق أنّ المتوسط الحسابي المعدل لقسم الفنون التشكيلية على مقياس الوعي البيئي البعدي كان الأعلى؛ إذ بلغ (**3.72**)، يليه المتوسط الحسابي المعدل لقسم التصميم؛ إذ بلغ (**3.69**)، يليه المتوسط الحسابي المعدل لقسم الدراما إذ بلغ (**3.60**)، واخيراً جاء المتوسط الحسابي المعدل لقسم الموسيقى؛ إذ بلغ (**3.58**) لتعرف لصالح أي مجموعة كان الفرق تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والجدول التالي يبين النتائج:

الجدول (11)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للفرق في أداء افراد الدراسة في مجال الوعي البيئي بمجال الطاقة البعدي

القسم	المتوسط الحسابي	الفنون التشكيلية	التصميم	الدراما	الموسيقى
		3.72	3.69	3.60	3.58
الفنون التشكيلية	3.72	-	0.03	0.12*	0.14*
التصميم	3.69		-	0.09	0.11*
الدراما	3.60			-	0.02
الموسيقى	3.58				-

- **الفرق دال احصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).**

يشير الجدول (11) إلى أنّ الفرق كان لصالح قسمي الفنون التشكيلية، والتصميم عند مقارنتهما مع قسم الموسيقى، ولصالح قسم الفنون التشكيلية عند مقارنته مع قسم الدراما في مجال الوعي البيئي بمجال الطاقة البعدي.

يلاحظ من الجدول (8) أنّ قيمة (ف) بالنسبة لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، قد بلغت (1.281)، وبمستوى دلالة (0.280)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء أفراد الدراسة تعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي ، وكذلك عدم وجود فروق في مجالي: الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير، والوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك المياه؛ إذ بلغت قيم (ف) بين (0.893– 0.499)، وبمستوى بين (0.445– 0.683)، في حين وجد فرق دال احصائيا في الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة يعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي؛ إذ بلغت قيم (ف) **(3.251)** وبمستوى بين **(0.022)**.

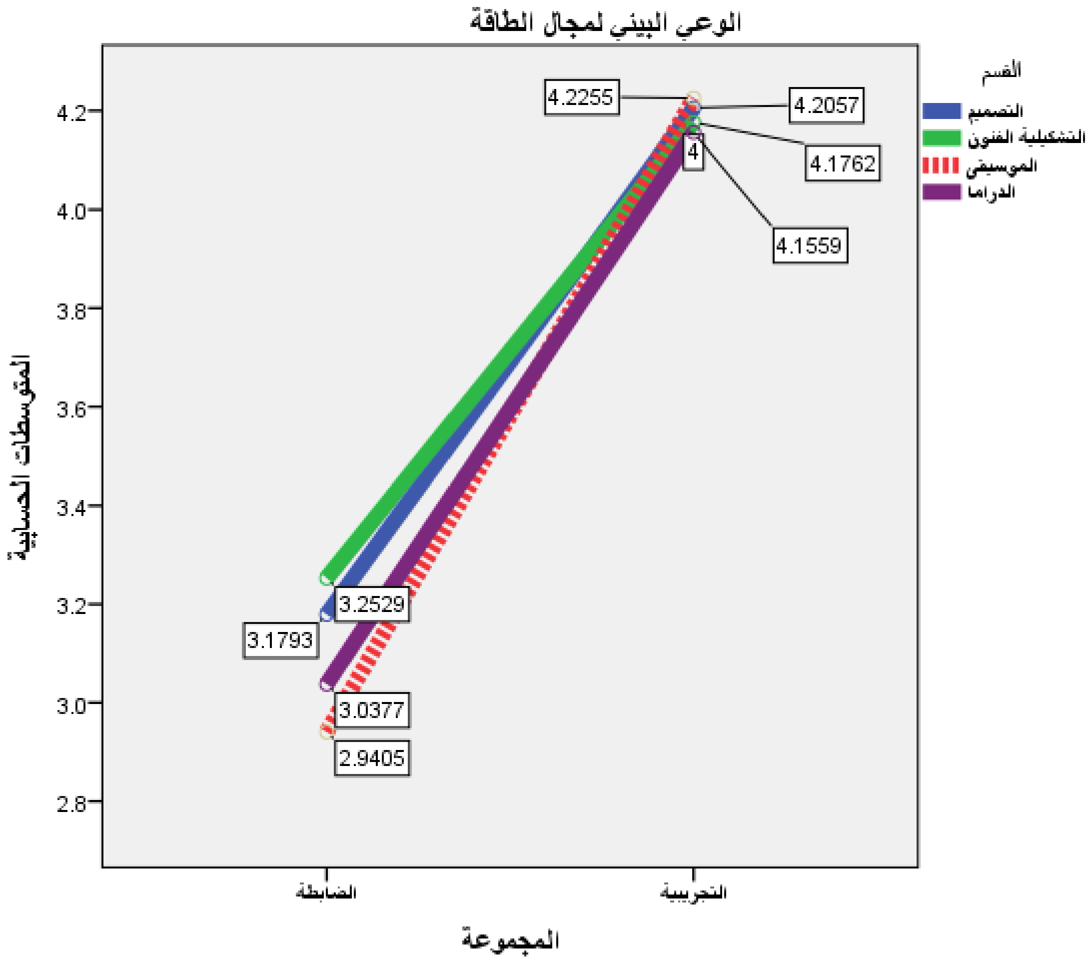
وتم استخراج المتوسطات الحسابية المعدلة لمجال الوعي البيئي بمجال الطاقة وتظهر النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (12)

المتوسطات الحسابية المعدلة والأخطاء المعيارية لأداء افراد الدراسة في مجال الوعي البيئي لمجال الطاقة البعدي وفقاً لمتغيري المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم

المجال	القسم	المجموعة	المتوسط الحسابي المعدل	الخطأ المعياري
الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة	التصميم	الضابطة	**3.18**	**0.03**
		التجريبية	**4.21**	**0.03**
	الفنون التشكيلية	الضابطة	**3.25**	**0.05**
		التجريبية	**4.18**	**0.05**
	الموسيقى	الضابطة	**2.94**	**0.07**
		التجريبية	**4.23**	**0.08**
	الدراما	الضابطة	**3.04**	**0.06**
		التجريبية	**4.16**	**0.06**
	الدراما	الضابطة	**3.27**	**0.04**
		التجريبية	**4.18**	**0.04**

يلاحظ من الجدول السابق أنّ المتوسط الحسابي المعدل لقسم الموسيقى من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجال الوعي البيئي البعدي لمجال ترشيد استهلاك الطاقة كان الأعلى؛ إذ بلغ **(4.23)**، واخيراً جاء المتوسط الحسابي المعدل لقسم الموسيقى من المجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية؛ إذ بلغ **(2.94)** لتعرف لصالح اي مجموعة كان التفاعل تم استخدم الشكل التالي:



الشكل 1: تفاعل بين المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم لمجال الوعي البيئي (الطاقة) لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك

يلاحظ من الشكل (1) أنَّ الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف الأقسام التي يتبعون لها أقرُّوا بوعيهم البيئي ببعد الطاقة أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف الأقسام التي يتبعون لها، وأن الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية من قسم الموسيقى كانوا اكثر تفاعلا من بقية الطلبة.

يلاحظ من الجدول (8) أنّ قيمة (ف) بالنسبة لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع السنة الدراسية على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك، قد بلغت (1.218)، وبمستوى دلالة (0.303)، مما يدل

على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء افراد الدراسة تعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع السنة الدراسية على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي ، وكذلك عدم وجود فروق في مجال: الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير؛ إذ بلغت قيمة (ف) (1.935) وبمستوى دلالة (0.123)، في حين وجد فرق في مجالي:

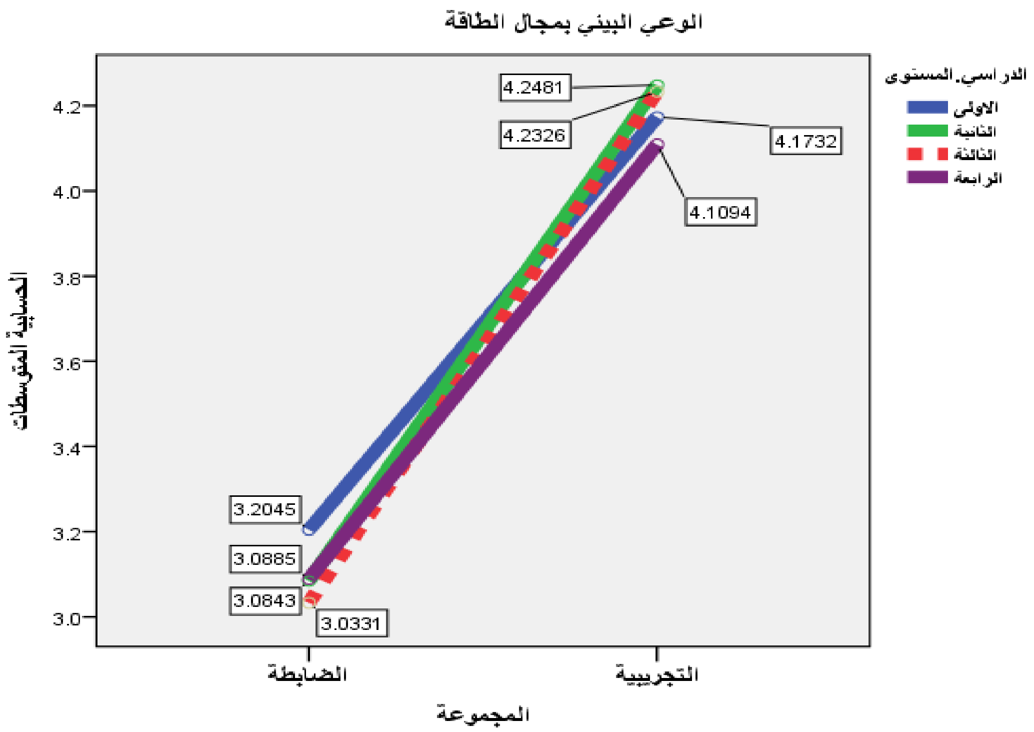
الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة والوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك المياه يعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع السنة الدراسية؛ إذ بلغت قيم (ف) بين (**2.636−8.386**) وبمستوى دلالة بين (**0.000− 0.049**)، وتم استخراج المتوسطات الحسابية المعدلة مجالي: الوعي البيئي بمجال الطاقة والوعي البيئي في مجال المياه وتظهر النتائج في الجدول الآتي:

الجدول (13)

المتوسطات الحسابية المعدلة والأخطاء المعيارية لأداء افراد الدراسة في مجال الوعي البيئي لمجالي (الطاقة، والمياه) البعدي وفقاً لمتغيري المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع المستوى الدراسي

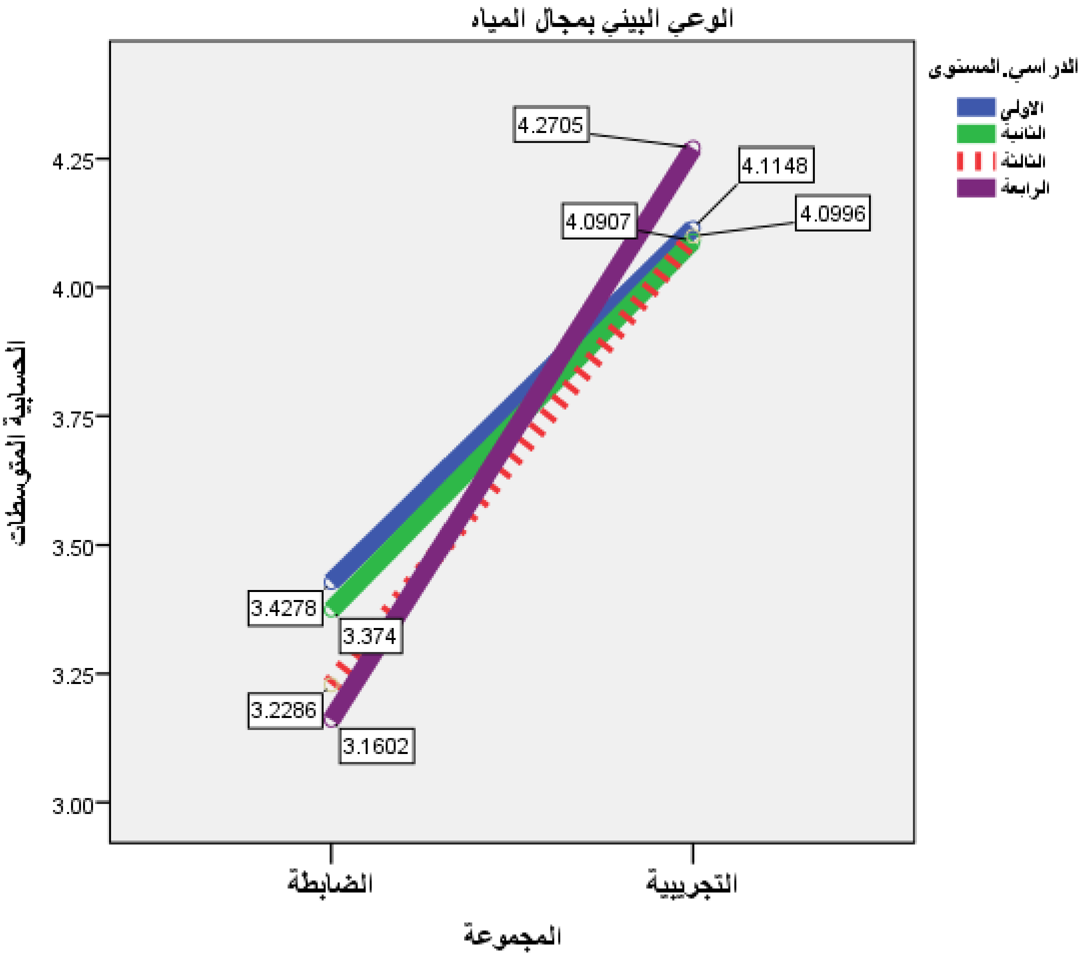
المجال	المجموعة	المستوى الدراسي	المتوسط الحسابي المعدل	الخطأ المعياري
الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة	الضابطة	الاولى	**3.20**	**0.06**
		الثانية	**3.08**	**0.06**
		الثالثة	**3.03**	**0.05**
		الرابعة فاكثر	**3.09**	**0.04**
	التجريبية	الاولى	**4.17**	**0.06**
		الثانية	**4.25**	**0.06**
		الثالثة	**4.23**	**0.05**
		الرابعة فاكثر	**4.11**	**0.04**
الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك المياه	الضابطة	الاولى	**3.43**	**0.07**
		الثانية	**3.37**	**0.07**
		الثالثة	**3.23**	**0.05**
		الرابعة فاكثر	**3.16**	**0.04**
	التجريبية	الاولى	**4.12**	**0.07**
		الثانية	**4.09**	**0.07**
		الثالثة	**4.10**	**0.06**
		الرابعة فاكثر	**4.27**	**0.04**

يلاحظ من الجدول السابق أنّ المتوسط الحسابي المعدل لطلبة السنة الثانية من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجال الوعي البيئي البعدي لمجال ترشيد استهلاك الطاقة كان الأْعلى؛ إذ بلغ (**4.25**)، وأخيراً جاء المتوسط الحسابي المعدل لطلبة السنة الثالثة من المجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية؛ إذ بلغ (**3.03**)، كما أنّ المتوسط الحسابي المعدل لطلبة السنة الرابعة فأكثر من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجال الوعي البيئي البعدي لمجال ترشيد استهلاك المياه كان الأْعلى؛ إذ بلغ (**4.27**)، وأخيراً جاء المتوسط الحسابي المعدل لطلبة السنة الرابعة فأكْثر من المجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية؛ إذ بلغ (**3.16**)، لتعرف لصالح أي مجموعة كان التفاعل تم استخدام الشكلين التاليين:



الشكل 2: تفاعل بين المجموعة(مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع المستوى الدراسي لمجال الوعي البيئي (الطاقة) لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك

يلاحظ من الشكل 2 أنَّ الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي أقرُّوا بوعيهم البيئي ببعد ترشيد استهلاك الطاقة أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي، وأن الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية من السنة الدراسية الثانية كانوا أكثر تفاعلاً من بقية الطلبة بدليل ارتفاع متوسطهم الحسابي.



الشكل 3: تفاعل بين المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع المستوى الدراسي لمجال الوعي البيئي (المياه) لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك

يلاحظ من الشكل (3) أنَّ الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي أقرُّوا بوعيهم البيئي ببعد المياه أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي، وأن الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية من السنة الدراسية الرابعة فأكثر كانوا أكثر تفاعلا من بقية الطلبة، بدليل ارتفاع متوسطهم الحسابي.

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات

يتناول هذا الفصل عرضاً لمناقشة نتائج اختبار الفرضيات الإحصائية، وفيما يأتي عرضٌ بذلك:

أوَّلًا. مناقشة نتائج الفرضية الأولى التي نصَّت على: "لا يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha= 0.05$ بين الوسطين الحسابيين للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للمجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، عدم مشاهدتها)":

أظهرت نتائج الفرضية الأولى؛ وجود فرق جوهري عند مستوى الدلالة $\alpha= 0.05$ بين الوسطين الحسابيين المُعدَّلين للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) يُعزى للمشاهدة؛ لصالح طلبة المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية مقارنةً بطلبة المجموعة الضابطة التي لم تشاهدها بكلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك؛ حيث بلغ حجم الأثر لمشاهدة الملصقات التوعوية (0.749)، وأن المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مقياس الوعي البيئي البعدي قد بلغ (4.19)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي لأداء أفراد الدراسة من المجموعة الضابطة التي لم تشاهد الملصقات التوعوية والذي بلغ (3.26)، على الدرجة الكلية للوعي البيئي، وكذلك كانت المتوسطات الحسابية الأعلى في المجالات الثلاث لصالح المجموعة التجريبية من طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك؛ ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة في ضوء تعريف الملصق لكلٍّ من: إسماعيل (2007) وجون باري (1835) وغيث (2011) على أنَّه : "وسيلة اتصال بصرية، هدفها نقل فكرة معينة إلى جمهور ما

بحيث يكون للفكرة معنى واضح ومفهوم، ويؤدي الملصق عدة وظائف منها ما هي إعلامية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياسية أو فنية أو تجارية أو تعليمية أو إرشادية" وهو كذلك"تركيبة من الصور والكلمات أو أحدهما تتسم غالبًا بطابع جرافيك مميز من أجل إحداث ردة فعل مرغوبة لدى المشاهد مثل: إيصال معلومة، تحذير، ترغيب، توعية... إلخ"، وهو كذلك "عبارة عن صفحة مطبوعة من الورق المقوى تعرض في مكان عام، وتنقل معظم الملصقات رسالة بسيطة تجمع بين الكلمات والرسوم أو الصور وقد تعلن الملصقات عن أحداث معينة من المسرحيات أو الأفلام أو المعارض الفنية، كما يمكن أن تعلن عن منتجات تجارية أو تبلغ رسالة سياسية أو اجتماعية أو توعوية وغيرها كما يعرف بكونه عبارة عن وسيلة إعلامية مصغرة على شكل مطبوعات متفاوتة الأحجام تتضمن معلومات ذات طابع صوري وكتابي تستخدم لأغراض دعائية وللتزيين أو لعرض معلومات بصورة فعالة حول موضوع معين حيث تعتبر طريقة عرض المعلومات هي الطريقة الأسهل والأنجح لضمان إيصال الرسالة بشكل واضح لأكبر عدد من الأفراد" إلى أنَّه من المتوقع انتقال الرسالة التوعوية المُتمثلة بإعادة التدوير وترشيد استهلاك الطاقة والمياه المُضمَّنة في الملصقات التوعوية إلى أذهان طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك ممن شاهدوها دون غيرهم من نظرائهم ممن لم يشاهدوها؛ ذلك أنَّها تمثلت على هيئة رسالة بصرية لا تتطلب مجهودات ومعالجات عقلية من قبل المُتلقي فهي تسقط مباشرة في إدراك العقل الباطن (اللاوعي) سواءً أكانت المشاهدة لها بشكل مقصود أو غير مقصودٍ من قبل المُتلقي لتأخذ مفعولها المُتوخى منها، مما عاد بالإيجاب على الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك بأهمية إعادة التدوير وترشيد استهلاك الطاقة والمياه.

وهذا يتفق مع ما توصلت إليهِ دراسة عياش وأبو سنينة (2013) والتي توصلت إلى تفوق المجموعة التجريبية على المجموعة الضابطة في اختبار ومقياس تحصيل الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة، وتشير النتائج إلى فاعلية البرنامج التجريبي في زيادة مستوى الثقافة البيئية وتنمية الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة لدى عينة الدراسة، ودراسة Adkins & Lyon (2012) والتي توصلت نتائجها إلى أن عرض الملصقات كان ناجحاً حيث استفاد الكثيرون من الذين شاهدوا الملصقات من هذه التجربة، بحيث أن المجموعة التي شاهدت الملصقات بعد عرضها أجابوا بطريقة أفضل.

ثانيًا. مناقشة نتائج فرضية الدراسة الثانية التي نصَّت على: "لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة α=0.05 بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للقسم (التصميم، الفنون التشكيلية، الموسيقى، الدراما)".

أظهرت نتائج فرضية الدراسة الثانية؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة α=0.05 بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) وفقاً لمتغير القسم؛ ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أنَّ الملصقات التوعوية بأهمية إعادة التدوير وترشيد استهلاك المياه مُوجَّهة لكافة أطياف طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك على اختلاف تخصصاتهم وأقسامهم، فهي حيادية وغير متحيزة في إيصال الرسالة التوعوية للطلبة حيث أنَّها تهدف إلى إثراء الوعي البيئي لديهم فكيف بها أن تختص فئة منهم دون فئة أخرى؛ لذلك لم تظهر فروق جوهرية عند مستوى الدلالة المُتبنى في هذه الدراسة بين طلبة الأقسام المختلفة، في حين وجد فرق دال إحصائياً في الوعي البيئي بمجال ترشيد استهلاك الطاقة، والذي قد بلغ (0.037) ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الملصقات التوعوية المعنية بأهمية ترشيد استهلاك الطاقة امتازت بأفكارها الواضحة

والبسيطة باحتوائها على رموز ودلالات زادت من القوة التعبيرية للفكرة التصميمية ومن المحتمل أن طريقة عرض الملصقات كان له أيضاً أثراً إيجابياً على وعي الطلبة بحيث تم وضع الملصقات موزعةً على أقسام الكلية، بالإضافة إلى وضع استكرات بجانب مفاتيح وأباريز الكهرباء التي امتازت بلونها البرتقالي، والأحمر، وباحتوائِها على رمز يدل على قابس الكهرباء، وكتب بجانبه عبارة (اغلق المفتاح)، وعبارات تعنى بالحفاظ على الكهرباء أعلى واسفل الرمز كل هذه العوامل أدت إلى جذب انتباه الطلبة؛ وبما أن الملصقات، والستكر تُرى عن طريق حاسة العين التي تقوم بدورها بإرسال إشارات إلى الدماغ، والذي بدورهِ يتنبه إلى أن هذه الملصقات جديده لم تكن موجوده في السابق؛ بالتالي ينتج عن ذلك إحساس بأن الملصقات جديده فيحصل هناك ألفه وتفضيل لها فيرسل العقل إشارات إلى العين بالأمور الجديده مثل الألوان جميلة ومتناسقة، التناسب، والبساطة والوحدة في تركيب عناصر الملصق، بالتالي يصل إلى التفضيل كما تم في ملصقات ترشيد استهلاك الطاقة؛ ولأن طبيعة المساقات الدراسية تتطلب تواجد الطلبة في المراسم، والمختبرات لفترات طويلة مما يعني استهلاك أكثر للطاقة؛ فمن المحتمل أن الملصقات التوعوية المعنية بهذا المجال أدت الى زيادة الوعي، والإحساس بالمسؤولية لدى الطلبة تجاه ترشيد استهلاك الطاقة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليهِ دراسة شيري (2011) والتي توصلت إلى أن السلوك البيئي تحكمهُ الحياة اليومية، واتفقت معها في أن السلوك البيئي تحكمهُ عادات البشر السيئة، واتفقت معها أيضاً في أن الأفراد أظهروا رغبتهم بتغيير سلوكهم البيئي تجاوباً مع طرق عرض الملصقات التوعوية والفيديوهات، وتتفق مع دراسة خلف (2015) التي توصلت إلى أن حملات العلاقات العامة تحاول زرع عادات جديدة مهمة في الحياة، وأن كثير من الحملات لا يقف هدفها عند تغيير الاتجاهات بل يتجاوزها إلى تغيير السلوك البيئي لدى الأفراد.

ثالثًا. مناقشة نتائج فرضية الدراسة الثالثة التي نصَّت على: "لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى للسنة الدراسية (الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة فأكثر)".

أظهرت نتائج فرضية الدراسة الثالثة؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) وفقاً لمتغير السنة الدراسية؛ ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أنَّها غير متوقعة؛ ذلك أنَّه يفترض على الرغم من حيادية وعدم تحيز الملصقات التوعوية بأهمية إعادة التدوير وترشيد استهلاك الطاقة والمياه في إيصالها الرسالة التوعوية للطلبة على اختلاف سنواتهم الدراسية، أن يكون الوعي البيئي المُتحصل لدى طلبة السنة الرابعة فأكثر، أكثر من نظرائهم طلبة السنوات الدراسية المتدنية كالأولى، والثانية بسبب تلقيهم لمعارف تثري الحس الجمالي القائم على موجودات البيئة المحيطة بهم عن طريق المساقات الدراسية التي تلقُّوها عبر السنوات الدراسية السابقة مما يجعلهم نظريًا أكثر خبرة، وقدرة على الوعي البيئي مقارنةً بنظرائهم من ذوي السنوات الدراسية المتدنية، إلَّا أنَّه وعلى ما يبدو أنَّ طلبة السنوات الدراسية المتدنية قد انتفعوا من مشاهدتهم للملصقات التوعوية مما أثرى الوعي البيئي لديهم ليصبحوا مكافئين لنظرائهم من طلبة السنوات الدراسية المتقدمة كالثالثة والرابعة فأكثر؛ لذلك لم تظهر فروق جوهرية عند مستوى الدلالة المُتبنى في هذه الدراسة بين طلبة السنوات الدراسية المختلفة.

تختلف هذهِ النتيجة مع ما توصلت إلية دراسة أوغولو، شاهين، وباسلار (2013) أن هناك تجاوباً كبيراً من قبل طلاب الثانوية تجاه الوعي البيئي، وتتفق النتيجة مع ما توصلت إليهِ دراسة جوبيند (2014) والتي أشارت إلى أنه لم يتم تحديد درجة الوعي (مدى تأثير الملصق فعلياً) التي احتواها ونشرها الملصق عن فيروس الإيدز، وأن كل المشاركين لاحظوا الملصقات في الجامعة، وتتفق مع دراسة نيشتار وآخرون (2004) والتي أشارت إلى أن الملصق لافتاً للانتباه إلا أنه كان من الصعب تتبع فاعلية الملصق في تغيير سلوك أفراد المجتمع.

رابعًا. مناقشة نتائج فرضية الدراسة الرابعة التي نصَّت على: "لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لتفاعل المشاهدة مع القسم".

أظهرت نتائج فرضية الدراسة الرابعة؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة $\alpha= 0.05$ بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) وفقاً للتفاعل بين المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم؛ ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أنَّه من المتوقع انتقال الرسالة التوعوية المُتمثلة بإعادة التدوير وترشيد استهلاك المياه المُضمَّنة في الملصقات التوعوية إلى أذهان طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك ممن شاهدوها دون غيرهم من نظرائهم ممن لم يشاهدوها على اختلاف أقسامهم؛ ذلك أنَّها تمثلت على هيئة رسالة بصرية مُوجَّهة لكافة طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك على اختلاف أقسامهم بحياديةٍ تامة ودونما تحيُّز في إيصال الرسالة التوعوية لهم دون أن تتطلب مجهودات أو معالجات عقلية من قبل المُتلقي فهي تسقط مباشرة في إدراك العقل الباطن (اللاوعي) سواءً أكانت المشاهدة لها بشكل مقصود أو غير مقصودٍ من قبل المُتلقي لتأخذ مفعولها المُتوخى منها لكونها مادة بصرية لا تستوجب التفكير لأنها تتناول

مفاهيم توعوية ليست بالمعقدة إذ يتم إعمال العقل فيها فهي ليست كالمادة السمعية التي تستوجب التفكير في الكلام المسموع ليعيبه العقل، مما عاد بالإيجاب على الوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك بأهمية إعادة التدوير وترشيد استهلاك المياه، في حين وجد فرق دال احصائيا في الوعي البيئي بترشيد استهلاك الطاقة يعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع القسم على الدرجة الكلية لمقياس الوعي البيئي البعدي لصالح الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف الأقسام التي يتبعون لها إذ أقرُّوا بوعيهم البيئي ببعد الطاقة أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية، وأن الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية من قسم الموسيقى كانوا أكثر تفاعلاً من بقية الطلبة؛ إذ أنّ المتوسط الحسابي المعدل لقسم الموسيقى من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجال الوعي البيئي البعدي لمجال ترشيد استهلاك الطاقة كان الأعلى إذ بلغ (4.23) ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن طلبة قسم الموسيقى الذين شاهدوا الملصقات التوعوية المتعلقة بترشيد استهلاك الطاقة أدركوا أهميتها ورسالتها التوعوية، بإحساسهم الجمالي الذي من المحتمل أن يتعدى الإحاطة بالمدركات السمعية إلى الإحاطة بالمدركات البصرية التي تشكلت لديهم بنوع من الاتجاه الجمالي الذي جذب الطلبة نحوها، والتحيز لها وتفضيلها دوناً عن غيرها من الملصقات الأخرى؛ فمن الممكن أن يتعلق هذا التفضيل بالأثر الذي أحدثتهُ الملصقات التوعوية المختصة بمجال ترشيد استهلاك الطاقة لما تميزت به من ألوان، وتنسيق، ودلالات تعبيرية، ورموز ساهمت في ادراكهم لها جمالياً أدى إلى إدراك التفاصيل ثم انتقل إلى إدراك الكل ادراكاً متكاملاً ليكون واضحاً ساهم في إثراء، وتنمية وعي، وإحساس طلبة الموسيقى بهذا المجال.

وتتفق هذهِ النتيجة مع ما توصلت إليهِ دراسة أحمد وعلي (2015) أن الأشكال والألوان المبتكرة تثير الانتباه نحو السلوكيات والقضايا البيئية وقد تحقق ذلك من خلال البرنامج المعد لذلك بشكل فعال مما كان له الأثر الأكبر على الطلبة، وتتفق مع دراسة كاظم (2015) التي أشارت إلى أن المخططات التجريبية التصميمة جاءت لتأكد الجانب الإعلاني، وجاءت بنظام تعبيري خاص ينطلق من ذاتية مصدرها اللاوعي بتفاعلها مع المتغيرات الخاصة في طرح الفكرة التصميمية، وتختلف مع ما توصلت إليهِ دراسة الزعبي (2015) بأن مستوى الوعي البيئي لدى الطلبة مرتفع، وتتفق معها بما توصلت إليهِ من فروق في مستوى الوعي البيئي يعزى لصالح متغير التخصص.

خامسًا. مناقشة نتائج فرضية الدراسة الخامسة التي نصَّت على: "لا توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة α=0.05 بين الأوساط الحسابية للوعي البيئي لدى طلبة كلية الفنون في جامعة اليرموك تعزى لتفاعل المشاهدة مع السنة الدراسية".

أظهرت نتائج فرضية الدراسة الخامسة؛ عدم وجود فروق دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة α=0.05 بين الأوساط الحسابية للقياس البعدي للوعي البيئي وبعدهِ (الوعي البيئي بإعادة التدوير)، يُعزى للتفاعل بين (المشاهدة، والسنة الدراسية)؛ لصالح المجموعة من الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف سنواتهم الدراسية مقارنةً بالمجموعة ممن لم يشاهدوها؛ ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أنَّه من المتوقع انتقال الرسالة التوعوية المُتمثلة بإعادة التدوير المُضمَّنة في الملصقات التوعوية إلى أذهان طلبة كلية الفنون على وجه الخصوص دون غيرهم من طلبة بقية الكليات في جامعة اليرموك ممن شاهدوها دون غيرهم من نظرائهم ممن لم يشاهدوها؛ ذلك ربما لأنَّ طبيعة تخصصاتهم تستثير الذكاء البصري بكافة أشكاله المرئية على اختلاف سنواتهم الدراسية، في حين وجد فرق في مجالي: الوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك

الطاقة والذي بلغ (0.049) والوعي البيئي في مجال ترشيد استهلاك المياه والذي بلغ (0.000) يعزى لتفاعل المجموعة (مشاهدة الملصقات التوعوية، وعدم مشاهدتها) مع السنة الدراسية بأنَّ الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي أقرُّوا بوعيهم البيئي ببعد الطاقة أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوا الملصقات التوعوية على اختلاف مستواهم الدراسي إلا أن المتوسط الحسابي المعدل كان لصالح طلبة السنة الثانية من المجموعة التجريبية التي شاهدت الملصقات التوعوية على مجال الوعي البيئي البعدي لمجال ترشيد استهلاك الطاقة كانت أعلى من السنوات الدراسية الأخرى والذي بلغ (4.25)، ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الملصقات التوعوية بمجال الطاقة تميزت بأفكارها البسيطة وبأنها تحمل مدلول ومعنى واضح من خلال رموزها وأشكالها، مثل رمز المصباح الكهربائي الذي وضع داخل اليدين ليدل على الحماية؛ مما زاد من القوة التعبيرية للفكرة التصميمية، ومن المحتمل أن طريقة عرض الملصقات التوعوية بمجال الطاقة، وأماكن تواجدها ساهم في تفاعل السنة الثانية معها، فهي تواجدت في الممرات بجانب مفاتيح الكهرباء، وفي القاعات الدراسية، والمختبرات، والمراسم، ومن الممكن أن يكون لتواصل طلبة السنة الثانية مع طلبة السنوات الأخرى ومشاركتهم آرائهم وأفكارهم حول الملصقات التوعوية أثناء مشاهدتهم لها، له دورٌ مهم في إثراء معرفتهم، وزاد من إحساسهم، ووعيهم بمجال ترشيد استهلاك الطاقة.

أما الفرق الدال إحصائياً الذي وجد في مجال ترشيد استهلاك المياه كان لصالح الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية بحيث أقرُّوا بوعيهم البيئي بمجال ترشيد استهلاك المياه أكثر من الطلبة الذين لم يشاهدوها على اختلاف مستواهم الدراسي، وأن الطلبة الذين شاهدوا الملصقات التوعوية من السنة الدراسية الرابعة فاكثر كانوا أكثر تفاعلاً من بقية الطلبة، بدليل ارتفاع متوسطهم الحسابي والذي بلغ (4.27)، ويمكن أن تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن طلبة السنة الرابعة فأكثر

لديهم وعي بيئي مُتحَصل ومكتسب نتيجة تأثرهم بالملصقات التوعوية بمجال ترشيد استهلاك المياه، أكثر من نظرائهم من طلبة السنوات الدراسية الأخرى، بحيث تميزت الملصقات بألوانها الأخضر، والأزرق للرموز والاشكال، وتميزها أيضاً ببساطة الأفكار مما حقق معنى واضح للفكرة ووظيفتها، ومن المحتمل أن تعزى هذه النتيجة إلى تلقيهم لمعارف تثري الحس الجمالي ليهم ومع مرور الوقت أدى إلى إكسابهم خبرة جمالية قائمة على موجودات البيئة المحيطة بهم وإدراكهم لها، من خلال المساقات الدراسية التي تلقُّوها خلال السنوات الدراسية السابقة؛ مما ساهم في تنمية الوعي البيئي لديهم مقارنةً بنظرائهم من ذوي السنوات الدراسية المتدنية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليهِ دراسة كير وآخرون (2000) أن تأثير الملصق كان على مستوى الوعي، حيث زاد من إدراك أفراد المجتمع بتغيير عاداتهم السلوكية، وتتفق مع ما توصلت إليهِ دراسة روي وإليك (2009) أن الملصقات وسيلة جيدة لنقل المعرفة كما أنها طريقة فاعلة ومؤثره لنشر المعلومات الأكاديمية وأن الأثر البصري للبوستر أكثر من محتوى الموضوع حيث أن الصور المكونة للملصقات هي التي تجذب انتباه المشاهدين، وتتفق مع دراسة وانج (2000) والتي توصلت إلى أن الرسوم ستشهد إقبالاً إضافياً إذا تم النظر تلقائياً إلى القضايا البيئية مثل الحفاظ على الموارد الطبيعية بالحد من استخدام المواد الضارة بالبيئة، وأن التواصل البصري من شأنهِ أن يوصل نهج معقول للمجتمع من خلال الرسائل البصرية، واتفقت ما توصلت إليهِ دراسة امينراد وزكريا، وهادي، وساكاري (2013) أن نسبة الوعي البيئي والسلوك الإيجابي يأتي من المناهج الدراسية المتبعة في السنوات الدراسية.

التوصيات:

خلُصت الدراسة إلى التوصيات الآتية:

1- بينت نتائج الدراسة وجود أثر للملصقات التوعوية على الوعي البيئي في المجالات الثلاث (مجال إعادة التدوير، مجال ترشيد استهلاك الطاقة، مجال ترشيد استهلاك المياه) التي تبنتها هذه الدراسة، الذي كان لصالح المجموعة التي شاهدتها، لذا توصي الباحثة بدعوة الجهات المسؤولة ممثلةً بالمؤسسات الأكاديمية ووزارة التعليم العالي ووزارة التربية والتعليم إلى تبني فلسفة الملصقات التوعوية في نشر وتنمية الوعي البيئي لدى المنتفعين منها من طلبة ومعلمين وأعضاء هيئة تدريس.

2- بينت نتائج الدراسة وجود أثر للملصقات التوعوية لصالح المجموعة التي شاهدتها من المجموعة التجريبية على اختلاف أقسامهم وسنواتهم الدراسية؛ لذا توصي الباحثة بدعوة الجهات المسؤولة ممثلةً بالمؤسسات الأكاديمية ووزارة التعليم العالي ووزارة التربية والتعليم إلى طرح مساقات معنية بإثراء الوعي البيئي بالاعتماد على إنتاج ملصقات توعوية

3- بينت النتائج أن طريقة عرض الملصقات التوعوية، وكيفية تحديد أماكن تواجدها له أثر على الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون؛ لذا توصي الباحثة بدعوة الجهات المسؤولة ممثلةً بالمؤسسات الأكاديمية إلى وضع برنامج زمني لعرض الملصقات التوعوية لمى لها من عظيم الأثر على سلوكيات الطلبة الإيجابية.

4- نظراً لما للملصقات التوعوية من أهمية في تنمية الوعي البيئي، ولمى لها من أثر بالغ الأهمية، توصي الباحثة بدعوة المؤسسات الأكاديمية إلى عقد الورش والدورات التدريبية

للمعنيين من أهل الاختصاص في مجالات الفنون الجميلة كافة معنية بإنتاج الملصق التوعوي.

5- ونظراً لمى بينته النتائج من وجود أثر جوهري للوعي البيئي بالمجالات الثلاث المتبناة في هذه الدراسة، توصي الباحثة بتفعيل دور الملصق التوعوي في مجالات أخرى مختلفة تهم المجتمع مثل القضايا البيئية الأخرى، والعنف، والإدمان، والإرهاب وغيرها، التي يمكن أن تسهم في تنمية وعي الأفراد وزيادة الإحساس والانتماء نحو مجتمعهم.

قائمة المراجع

المصادر والمراجع

أولا. المراجع العربية:

- ابراهيم، خليل. (1987). **المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق.** قسم التصميم كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد: العراق.

- إسلام، أحمد. (1999). **الطاقة وتلوث البيئة.** دار الفكر العربي، القاهرة: مصر.

- إسماعيل، معتز. (2007). **زمكانية التصميم المعاصر.** كلية الفنون الجميلة- جامعة بغداد. ط1. دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان: الأردن.

- برغوت، علي. (2005). **دليل التصميم والإنتاج الفني.** كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة- جامعة الأقصى، غزه: فلسطين.

- بروكوب، ماريان. (1995). ***نحو عالم أخضر*** (عبدالحليم حزين وحزامة حبايب، مترجمين). دار الكرمل للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.(تاريخ النشر الأصلي 1992).

- جسام، بلاسم. (2009). **تصميم الجرافيكي عبر العصور.** مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. ط1، عمان: الأردن.

- جميل، محمد. (2008). **دور مدرسة التعليم الأساسي في تحقيق مبادئ التنمية المستدامة.** المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس.

- الحسن، فتحية، (2006). **مشكلات البيئة،** مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. ط1، عمان: الأردن.

- حموري، علي وفرج، عبدالكريم. (2010). **هنري تولوز لوتريك وأثره في صناعة الملصق. مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية**، كلية الفنون الجميلة- جامعة دمشق **16**(1):341.

- خلف، حذيفة. (2015). **حدود الاستفادة من حملات العلاقة في التوعية البيئية.** مجلة آداب المستنصرية. جامعة المستنصرية. (71): 1-22.

- الراوي، نزار. (2011). **مبادئ تصميم الجرافيكي.** نار أوثر هاوس للنشر، الولايات المتحدة الأمريكية.

- ربيع، عادل. (2009). **التوعية البيئية.** مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

- رياض، عبد الفتاح. (1973). **التكوين في الفنون التشكيلية.** ط1. دار النهضة العربية، القاهرة: مصر.

- الزعبي، عبدالله. (2015). **مستوى الوعي البيئي لدى طلبة كلية العلوم التربوية وعلاقته ببعض المتغيرات.** عمادة البحث العلمي، **42** (3): 821- 830. دراسة غير منشوره، الجامعة الأردنية، عمان: الأردن.

- الزعبي، علي. (2009). **الاعلان الفعال.** دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

- سليمان، أحمد. (2011). **طرق تنمية الوعي البيئي.** ط1. جامعة اليرموك، إربد: الأردن.

- الشربيني، زكريا. (2007). **الإحصاء وتصميم التجارب في البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية.** مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة: مصر.
- صالح، أشرف. (2006). **مشكلات البيئة.** مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. ط1، عمان: الأردن.
- الصقر، اياد. (2009). **أساسيات التصميم ومناهجه.** دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان: الاردن.
- العالم، صفوت. (2004). **عملية الاتصال الاعلاني.** مكتبة النهضة المصرية. كلية الاعلام – جامعة القاهرة، مصر: القاهرة.
- عبد الحميد، شاكر. (2005). عصر الصورة: السلبيات والإيجابيات. شركة المجموعة الكويتية للنشر والتوزيع، الكويت.
- عبد الرحمن، عبدالله. (2007). **مقدمة في سوسيولوجيا الاتصال والاعلام.** مطبعة البحوث، الاسكندرية: مصر.
- العبدلي، قحطان والعبدلي، سمير، (1993). **الدعاية والإعلان.** دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
- عجوة، علي. (2008). **الإعلام قضايا البيئة.** عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.
- العربي، رمزي. (2009). **تصميم الجرافيكي.** مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان: الاردن.
- العزاوي، ضياء. (1974). **فن الملصقات بالعراق.** وزارة الاعلام، العراق: بغداد.

- عسيري، عصام.(2007). **دور الملصق في معالجة بعض المظاهر السلوكية في المجتمع**. رسالة ماجستير منشورة. جامعة ام القرى. السعودية.

- عطية، عبود. (1985). **جولة في عالم الفن**. المؤسسة العربية للدراسات والنشر، مصر: القاهرة.

- العلاق، بشير والربابعة، علي. (2007). **الترويج والإعلان التجاري**. دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

- العلاق، بشير. (2010). **ادارة الحملات الاعلانية**. دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان: الاردن.

- علوش، سعيد. (1985). **معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة** . دار الكتاب اللبناني، بيروت: لبنان.

- علي، شعبان واحمد، فاطمة.(2015). **فعالية برنامج مقترح في التصميم لتنمية بعض مهارات الملصق الاعلاني والوعي البيئي لدى طلاب التربية الفنية. مجلة بحوث في التربية الفنية**، (46). كلية التربية الفنية .جامعة حلوان.

- العنانزه، علي. (2006). **دور الإعلام في التوعية البيئية في الأردن**. مجلة العلوم الانسانية، كلية الآداب والفنون، ع13، جامعة البحرين، البحرين.

- عودة، أحمد. (2010). **القياس والتقويم في العملية التدريسية**. دار الأمل، عمان: الأردن.

- عياش، وأبو سنينة (2013). **فاعلية برنامج تدريبي في تنمية الثقافة البيئية والاتجاهات الإيجابية نحو البيئة لدى طالبات، البلقاء للبحوث والدراسات، 16** (2): 157 -191. كلية العلوم التربوية والآداب التابعة لوكالة الغوث الدولية، عمان: الأردن.

- غيث، خلود. (2011). **مدخل الى تصميم الجرافيك**. دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان: الاردن.

- قاسم، خالد. (2007). **إدارة البيئة المستدامة في ظل العولمة المعاصرة**. الدار الجامعية، الإسكندرية: مصر.

- القصاص، ابراهيم. (2008). **الخطوات الأولى في تصميم الجرافيكي**. دار جرير للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.

- قمر، عصام، (2004). **الأنشطة المدرسية والوعي البيئي**. دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.

- كاتوت، سحر. (د. ت). **البيئة والمجتمع**. دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان: الأردن.

- كاظم، احمد. (2015). **توظيف تيار الفن الشعبي (Pop Art) في انتاج مخططات تصميمية لملصقات سياحية. مجلة بابل، 23** (4) : 2238 – 2293. جامعة الكوفة، بغداد: العراق.

- محسن، ازهر. (2006). **الملصق الجداري وامكانية تفعيله اجتماعيا. مجلة دراسات البصرة.(2)**: 135 – 160. كلية الفنون الجميلة – جامعة البصرة، العراق.

- محمد، نصيف. (2001). **مدخل إلى التصميم الإعلاني**. د.ت. بغداد: العراق.

- محمود، سمير. (2008). **الإعلام العلمي**. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر.
- نجم الدين، راقي. (2016). **مدونات في الفن والتصميم**. دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
- النوري، مطشر. (2002). **التنوع التقني ودوره في اظهار القيم الجمالية التصميمية في الملصقات**. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الفنون الجميلة- جامعة بغداد، العراق: بغداد.
- الوفائي، محمد. (1989). **الإعلان**. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة: مصر.
- وهبي، صالح. (2004). **الإنسان والبيئة والتلوث البيئي**. دار الفكر، دمشق: سوريا.

ثانياً. المراجع الأجنبية:

- Adkins, D. R., and Lyon J. S. **Promoting research to the masses: assessing the impact of a poster walk.** International Journal for the Scholarship of Teaching and Learning 6.2 (2012): 19.

- Akpan, I., Del Matto, T., Hunsberger, C., Rehbein, C., Rogozinski, E., Rosenthal, H., & Shaw, T. (2003). **Strategies for promoting pro-environmental behaviour among University of Waterloo students**.
- Aminrad, Z., Zakariya, S. Z. B. S., Hadi, A. S., & Sakari, M. (2013). **Relationship between awareness, knowledge and attitudes towards environmental education among secondary school students in Malaysia**. World Applied Sciences Journal, 22(9), 1326-1333.
- Barnicoat, J. (1997). ***A Concise History of Posters***. Thames and Hudson Ltd, London.
- Bartlet, J., Kotrlik,J. and Higgins,C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research: **Information Technology, Learning, and Performance Journal**, 19(1)43-50.
- Butz, A. M., Kohr, L., & Jones, D. (2004). **Developing a successful poster presentation**. Journal of Pediatric Health Care, 18(1), 45-48.

- Dougherty, B. (2008). ***Green Graphic Design***. Published by Allworth press. New York, USA.

- Erren, T. C., & Bourne, P. E. (2007). **Ten simple rules for a good poster presentation**. PLoS Comput Biol, 3(5), e102.

- Fisman, L. (2005). **The effects of local learning on environmental awareness in children: An empirical investigation**. *The Journal of Environmental Education*, *36*(3), 39-50.
- Gallo, M., Quintavalle, A. C., & Flowers, C. (2001). **The poster in history**. WW Norton & Company.
- Ghosh, Kumud. **Environmental awareness among secondary school students of Golaghat district in the state of Assam and their attitude towards environmental education**. *Journal of Humanities and Social Science*, 2014, vol. 19, no 3, p. 30-34.
- Gobind, J., & Ukpere, W. I. (2014). **The Use of Posters in Disseminating HIV/AIDS Awareness Information within Higher Education Institutions**. Mediterranean Journal of Social Sciences, 5(20), 739.
- Hamilton, C. W. (2008). **At a glance: a stepwise approach to successful poster presentations**. CHEST Journal, 134(2), 457-459.
- Hollis, R. (1997). ***Graphic Design A Concise History***. Thames & Hudson Ltd, London.
- James, R. (2010). **Promoting Sustainable Behavior: a guide to successful communication**. Berkley Bright Green. University of California Berkley.
- Kerr, J., Eves, F., & Carroll, D. (2000). **Posters can prompt less active people to use the stairs**. Journal of Epidemiology and Community Health, 54(12), 942-943.
- King, E. (2003). **A century of movie posters: from silent to art house.** Barron's.

- Le Coultre, M. F., Purvis, A. W., & Martin, A. (2002). **A century of posters .** Lund Humphries.
- Mandoli, D. (1996). **How to make a great poster**. Diamond Image Video Productions.
- Moore, L. W., Augspurger, P., King, M. O. B., & Proffitt, C. (2001). **Insights on the poster preparation and presentation process**. Applied Nursing Research, 14(2), 100-104.
- Nishtar, S., Zoka, N., Khan, S. Y., Jehan, S., & Mirza, Y. A. (2004). **Posters as a tool for disseminating health related information in a developing country: a pilot experience**. JPMA. The Journal of the Pakistan Medical Association, 54(9), 456-460.
- Nishtar, S., Zoka, N., Nishtar, S. S., Khan, S. Y., Jehan, S., & Mirza, Y. A. (2004). **Posters as a tool for disseminating health related information in a developing country: a pilot experience**. *JPMA. The Journal of the Pakistan Medical Association*, *54*(9), 456-460.
- Rennert, J. (1999). ***Posters of the Belle Epoque: The Wine Spectator Collection***. Poster Auctions International Incorporated.
- Rowe, N., & Ilic, D. (2009). **What impact do posters have on academic knowledge transfer? A pilot survey on author attitudes and experiences**. BMC medical education, 9(1), 71.
- Rowe, N., & Ilic, D. (2009). **What impact do posters have on academic knowledge transfer? A pilot survey on author attitudes and experiences**. *BMC medical education*, *9*(1), 71.
- Schwarte, A. (2011). ***The Rapid Expansion of Environmental Sustainability in Graphic Design in the United States in the Late Twentieth Century: A Decade of Change from the Ground up***. Design History Society Annual Conference. Barcelona, Spain.

- Sebastian, S. & Nima, D. (2005). **Awareness of Bio-diversity and its Conservation among Higher Secondary School Students in Nayyatinkara District**. Research & Reflection on Education, 3 (2), 3-8.
- Sengupta, M., Das, J., & Maji, P. K. (2010). **Environmental awareness and environment related behaviour of twelfth grade students in Kolkata: Effects of stream and gender**. Anwesa, 5, 1-8.
- Shirey, J. (2011). **Designing for Behavior Change: Identifying design components that encourage and empower individuals to act in environmentally responsible ways**. *Carnegie Mellon University. (*Master Thesis of Design).
- Smith, J. (1989). ***The Art of Poster Making***. Osmiroid International.
- Tekin, E. (2012). **Environmental awareness and concerns of pre-service teachers in a private non-profit university**. (Doctoral dissertation, Bilkent University).
- Timmers, M. (2003). ***The power of the poster***. London: V & A.
- Trivedi, P. R. & Raj, G. (1992). Concepts in Education. Akashdeep Publishing House, New Delhi.
- Ugulu, I., Sahin, M., & Baslar, S. (2013). **High school students' environmental attitude: scale development and validation**. International Journal of Educational Sciences, 5(4), 415-424.
- Van Dalen, J., Gubbels, H., Engel, C., & Mfenyana, K. (2002). **Effective poster design.** Education for Health-Abingdon-Carfax Publishing Limited-, 15(1), 79-84.
- Wang, L. (2000). ***Graphic design and ecology***. Rochester Institute of Technology. RIT Scholar Works.

رابعاً. المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية:

- عبود، نوره، (2010)، **المشاكل البيئية في الأردن**. ***Jordan Environment: Back to Green Jordan***. استخرج بتاريخ 17-11-2016، متوفر، من الموقع http//: www.blogger.com

- Benson, E. (N.D). ***What is Sustainable Graphic Design***. Retrieved from: http://ericbenson.info/writing/pdfs/benson_sustainabledesign.pdf

- Bridgestock,L.(2012).***Green universities***. Online. Available. http//: http://www.topuniversities.com/student-info/choosing-university/green-universities

- Halldin, O. (N.D). ***The history of posters. National Library of Sweden***.[Online].Available.http://kb.se/collections/history.posters.pdf.

- Nunyenge, R (2013). **The Meaning People Make of HIV Posters: a Case Study on Health Improvement at Jirapa District in the Upper West Region of Ghana**. Journal of Biology, Agriculture and Healthcare [online]. available. http: //www.iiste.org/Journals/index.php /JBAH/article/view/6260/6389

الملحقات

ملحق رقم (1)

الاستبيان في صورته الأولية

سعادة الدكتور...المحترم

التخصص ◯ تصميم جرافيك، مكان العمل .... الرتبة الأكاديمية

◯قياس وتقويم **◯ أستاذ**

◯ الصحافة والإعلام **◯ أستاذ مشارك**

◯ أستاذ مساعد

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان **(أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك) .**

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تصميم الجرافيك من جامعة الشرق الأوسط , وبعد مراجعة الأدب العلمي في هذا المجال تقدم الباحثة هذه الاستبانة لإبداء رأيكم في مدى مصداقيتها من خلال خبرتكم العلمية والعملية المتميزة في هذا المجال ولما لرائيكم من أهمية في مجال البحث , فإن الباحثة ترجو إبداء رأيكم في صلاحية الفقرات المذكورة ووضع إشارة (✓) في الحقل في حالة صلاحية الفقرة من حيث مناسبة الصياغة اللغوية , وانتمائها للمجال , ووضوح الفقرة . ووضع إشارة (×) في الحقل في حالة أنها غير صالحة، كما أرجو إبداء ملاحظاتكم واقتراحاتكم بزيادتها أو حذفها أو دمجها ببعض أو تعديلها بما ترون ذلك ضرورياً .

سيحدد تدرج الفقرات بخمسة مستويات **(موافق جدا، موافق، محايد، معارض، معارض بشده)**

واقبلوا الاحترام والتقدير

المحور الأول بيانـات الديموغرافية

الاسم: (اختياري)

....

المستوى الدراسي	☐ السنة الأولى ☐ السنة الثانية ☐ السنة الثالثة ☐ السنة الرابعة
التخصص	☐ التصميم ☐ الفنون التشكيلية ☐ الدراما ☐ الموسيقى
الرقم الجامعي	....

المحور الثاني: خاص بمجال إعادة التدوير

رقم الفقرة	الفقرات	الصياغة اللغوية للفقرة		انتماء الفقرة للمجال		وضوح الفقرة		التعديل المقترح
		مناسبة	غير مناسبة	تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	إن إعادة التدوير (الورق ،البلاستيك ،المعدن) له دورٌ فعّال في الحفاظ على البيئة .							
2	للجامعة دورٌ مهم في توعية الطلبة بأهمية إعادة التدوير.							
3	استخدام المصممين الورق المعاد تدويره في الطباعة يساهم في الحفاظ على البيئة.							
4	أضع الورق ، البلاستك ، المعدن في الحاويات المخصصة لها في الجامعة من أجل إعادة تدويرها.							
5	يمكن أن يكون للتصميم الجرافيك الأخضر دوراً مهما في تنمية الوعي البيئي في مجال إعادة التدوير.							
6	لتنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة ينبغي تزويدهم بالمعلومات الكافية بأهمية إعادة التدوير.							
7	أشجع المشاريع وحملات التوعية البيئية التي تقام في الجامعة في مجال إعادة التدوير.							
8	تؤيد أن النفايات أمر طبيعي ولا يوجد ضرر لاحق على الإنسان منها وليس هناك حاجه لإعادة تدويرها.							
9	تستخدم الجامعة الملصقات التوعوية لتشجيع الطلبة على وضع النفايات في الاماكن المخصصة لها لإعادة تدويرها.							

10	الحل الأمثل للتخلص من النفايات هو إعادة تدويرها.							
11	لإعادة التدوير دور فعال في الحفاظ على البيئة الجامعية.							
12	وظيفة ملصق التوعية البيئية في مجال إعادة التدوير إيصال رسالة معينة الى الطلبة.							
13	ما يميز ملصقات التوعية البيئية في مجال اعادة التدوير استعمال الألوان والصور المناسبة.							

المحور الثالث: خاص بمجال الطاقة

رقم الفقرة	الفقرات	الصياغة اللغوية للفقرة		الانتماء الفقرة للمجال		وضوح الفقرة		التعديل المقترح
		مناسبة	غير مناسبة	تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	استخدام الطاقة البديلة في الجامعة يساهم في الحد من تلوث البيئة الجامعية.							
2	معلوماتك عن الطاقة البديلة بحاجة الى تنمية من قبل الجامعة .							
3	الملصقات التوعوية تفتقر للجوانب العلمية والفنية التي تنمي الوعي البيئي لطلبة الجامعة في مجال الطاقة .							
4	وضع ملصقات توعوية بجانب مفتاح الإضاءة يساعد في تنمية وعي الطلبة بمدى أهمية توفير الطاقة .							
5	البيئة الجامعية خضراء نتيجة استخدام مصادر الطاقة البديلة .							
6	استغلال المساحات الفارغة وأسطح المباني في الجامعة لعمل مشاريع الطاقة البديلة مثل الالواح الشمسية يساهم في الحفاظ على البيئة.							
7	تؤيد استخدام الطاقة البديلة.							
8	للجامعة دور مهم في توعية الطلبة بأهمية توفير الطاقة.							
9	باعتقادك ان الحل الامثل لتوفير الطاقة هو استخدام الطاقة البديلة							
10	أشجع المشاريع والحملات التوعوية التي تقام في الجامعة بمجال الطاقة.							

11	لتنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة ينبغي تزويدهم بالمعلومات الكافية بأهمية الطاقة البديلة.							
12	إغلاق أجهزه الكمبيوتر داخل مختبرات الجامعة بعد الانتهاء من استخدامها من قبل الطلبة يساهم في الحد من التلوث.							
13	وظيفة ملصق التوعية البيئية في مجال الطاقة ايصال رسالة معينة الى الطلبة.							
14	ما يميز ملصقات التوعية البيئية في مجال الطاقة استعمال الألوان والصور المناسبة.							

المحور الرابع: خاص بمجال الماء

رقم الفقرة	الفقرات	الصياغة اللغوية للفقرة		الانتماء الفقرة للمجال		وضوح الفقرة		التعديل المقترح
		مناسبة	غير مناسبة	تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	وضع ملصقات توعوية بجانب صنابير المياه داخل المرافق العامة التي يستخدمها الطلبة في الجامعة يساهم في الحفاظ على البيئة الجامعية من التلوث.							
2	تقوم الجامعة على دعم وتشجيع الطلبة للحفاظ على المياه باستخدام الملصقات التوعوية.							
3	الملصقات التوعوية تفتقر للعناصر الفنية التي تساعد في تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة في مجال المياه.							
4	أشجع المشاريع والحملات التوعوية التي تقام في الجامعة بمجال توفير المياه.							
5	لتنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة ينبغي تزويدهم بالمعلومات الكافية بأهمية المياه.							
7	للجامعة دور مهم في توعية الطلبة بأهمية المياه.							

8	يمكـن ان يكـون للتصــميم الجرافيـك الاخضر دورا مهما فـي تنمية الـوعي البيئي في مجال المياه.							
9	ما يميز ملصقات التوعية البيئية في مجال المياه استعمال الألوان والصور المناسبة.							
10	وظيفــة ملصــق التوعيــة البيئيــة فــي مجال المياه ايصال رسالة معينة الى الطلبة.							

المحور الخامس: الأسئلة الأخرى

رقم الفقرة	الفقرات	الصياغة اللغوية للفقرة		الانتماء الفقرة للمجال		وضوح الفقرة		التعديل المقترح
		مناسبة	غير مناسبة	تنتمي	لا تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	يهدف تصميم الجرافيك الاخضر الى المساهمة في حل المشكلات البيئية .							
2	للتصميم الجرافيك دور هام في تقديم حلول تصميمية تساهم في تنمية الوعي البيئي من أجل تحقيق نظام اجتماعي واقتصادي مستدام.							
3	تعتبر القضايا والمشاكل البيئية دافعا قويا ومؤثرا على المصممين من خلال ابتكار حلول تصميمية للحد من هذه المشاكل.							
4	ان توعية طلبة الجامعة بقضايا البيئة عن طريق الملصقات التوعوية غير مجدية.							
5	يراعي مصمم الجرافيك في تنفيذه لملصقات التوعية البيئية ما يثير ويجذب انتباه الطلبة.							
6	استخدام الملصقات التوعوية يساهم في تغيير سلوك الطلبة إيجابيا نحو بيئتهم الجامعية.							
7	تغيير الانماط الاستهلاكية تجاه البيئة تحد من تلوث البيئة.							
8	يحمل مصمم الجرافيك رسالة اخلاقية تفرض علية نشر الوعي البيئي في المجتمع من خلال تصميم ملصقات توعوية هادفة.							

9	للجامعة دور مهم في دعم مفهوم حماية البيئة وتنمية الوعي البيئي بين طلبتها.							
10	قيام العديد من الجامعات بتبني مفهوم التصميم الاخضر يؤثر ايجابياً على البيئة.							
11	تشجيع المصممين على العمل ضمن مفهوم التصميم الاخضر يعد احد اهم الوسائل الممكنة لإنقاذ الكوكب من التلوث.							
12	ان عمل تصاميم وملصقات تختص بتنمية الوعي البيئي في الجامعة يساهم في زيادة اهتمام الطلبة لجعل بيئتهم الجامعية خضراء.							
13	وضع ملصقات التوعية البيئية في اماكن اكثر وضوحاً ويساعد في زيادة الوعي البيئي لدى الطلبة.							
14	يعتبر الملصق التوعوي من الوسائل الاكثر ايضاحاً لتنمية الوعي البيئي لدى طلبة الجامعة .							
15	من خلال تنمية الوعي البيئي طلبة الجامعة نحصل على مجتمع واعي بيئياً .							
16	عمل التصميم المناسب للملصقات التوعوية يساعد على جذب الانتباه.							
17	استخدام الرسومات والصور في تصميم الملصق التوعوي له تأثير أكبر من النصوص الكتابية.							
18	حملات التوعية البيئية تؤثر على سلوكيات الطلبة اتجاه المحافظة على البيئة الجامعية.							

19	مضمون الرسالة في ملصقات التوعية البيئية يعمل على جذب انتباه الطلبة.							
20	توظيف القوة التعبيرية للصورة واللون في الملصق يؤثر إيجابياً على جذب انتباه الطلبة.							
21	استخدام الصور أو الرسومات في تصميم الملصق التوعوي يساهم في نجاحة.							
22	استخدام الصور أو الرسومات في تصميم ملصقات التوعية البيئية يساهم في نقل الفكرة بسرعة ووضوح الى الطلبة.							
23	تساعد ملصقات التوعية البيئية على تغيير سلوك الطلبة تجاه بيئتهم الجامعية.							
24	شكل وحجم الملصق ومكان عرضه له دور كبير في وصول مضمون الرسالة التوعوية.							
25	تكرار حملات التوعية البيئية يساهم في تعزيز الاحساس بالانتماء للبيئة الجامعية بجعلها خضراء.							
26	اختيار موقع ملصقات التوعية البيئية يعد عامل مهم لجذب الانتباه.							
27	تحمل ملصقات التوعية البيئية مسؤولية وطنية كبيرة في بناء الثقافة البيئية في الجامعة وتنميتها .							
28	لملصقات التوعية البيئية قدرة على نقل وتوصيل المعلومات البيئية الى طلبة الجامعة بأسلوب مؤثر يسهل استيعابه.							

29	الاستمرار في حملات التوعية البيئية من قبل الجامعة يساهم في ونشر وتعزيز الثقافة البيئية بين طلبتها.							
30	ملصقات التوعية البيئية تدعم الاحساس بالمسؤولية تجاه حماية البيئة.							

مقترحات أخرى: أضفها من فضلك:

....

....

....

....

ملحق رقم (2)

قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين للاستبانة

ت	الاسم	الاختصاص	الجامعة
1	الأستاذ الدكتور إيناس الخولي	تصميم جرافيك	جامعة اليرموك
2	الأستاذ الدكتور سلوى محمود حسين	تصميم جرافيك	جامعة اليرموك
3	الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي	مناهج بحث وتخطيط	جامعة الشرق الأوسط
4	الأستاذ الدكتور غازي جمال خليفة	مناهج وطرق تدريس	جامعة الشرق الأوسط
5	الأستاذ الدكتور نضال كمال الشريفين	قياس وتقويم	جامعة اليرموك
6	الأستاذ الدكتور وائل عبد الصبور	تصميم جرافيك	جامعة الشرق الأوسط
7	الدكتور زهير ياسين عايد طاهات	صحافة وإعلام	جامعة اليرموك

ملحق رقم (3)

الاستبيان في صورته النهائية

الاستبيان القبلي

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بإجراء دراسة ميدانية بعنوان (**أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك**) .

أرفق طياً استبيان لقياس الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، يتكون المقياس من ثلاث محاور المحور الأول : الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير، المحور الثاني : الوعي البيئي بمجال الطاقة، المحور الثالث: الوعي البيئي بمجال المياه.

يرجى قراءة فقرات الاستبيان ووضع إشارة (✓) أمام الاختيار الذي ترونه مناسباً إذ أن الاستجابة ذات خمس بدائل وهي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة)

واقبلوا الاحترام والتقدير

البيانات الديموغرافيه

المستوى الدراسي	☐ السنة الأولى ☐ السنة الثانية ☐ السنة الثالثة ☐ السنة الرابعة
التخصص	☐ التصميم ☐ الفنون التشكيلية ☐ الدراما ☐ الموسيقى
الرقم الجامعي	....

المحور الأول : الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أعي الدور الفاعل بإعادة التدوير (الورق، البلاستك، المعدن) في الحفاظ على البيئة.					
2	أهتم بالدور الفاعل للجامعة في توعية الطلبة بأهمية إعادة التدوير من أجل الحفاظ على بيئتها.					
3	أقُدر مساهمة المصممين باستخدام الورق المعاد تدويره للحفاظ على البيئة.					
4	أتعاون مع الجامعة في وضع المواد القابلة للتدوير (الورق، البلاستيك المعدن) في الأماكن المخصصة لها.					
5	أرى أن لتصميم الجرافيك دوراً في تقديم حلول تصميمية باستخدام الملصقات التوعوية، تساهم في تنمية الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير.					
6	أشَجع حملات التوعية البيئية المقامة في الجامعة في مجال إعادة التدوير.					
7	أؤُيد عدم الحاجة إلى إعادة التدوير وأن النفايات أمر طبيعي لا ضرر منها					
8	أقُدر الملصقات التوعوية المستخدمة في الجامعة حول ضرورة وضع المواد القابلة للتدوير في الأماكن المُخصصة لها.					

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
9	أعي الحل الأمثل للتخلص من النفايات هو إعادة تدويرها.					
10	أعتقد أن تصميم الجرافيك الأخضر يساهم في حل المشكلات المتعلقة بمجال إعادة التدوير باستخدام ملصقات التوعية البيئية.					
11	أعتقد أن توعية طلبة الجامعة بقضايا البيئة عن طريق الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال إعادة التدوير غير مجدية.					
12	أعي أن مصمم الجرافيك يحمل رسالة أخلاقية تفرض عليه نشر الوعي البيئي في المجتمع من خلال تصميم ملصقات توعوية هادفة متعلقة بمجال إعادة التدوير.					
13	أعتقد أن عمل ملصقات تختص بتنمية الوعي البيئي في مجال إعادة التدوير يساهم في زيادة اهتمام الطلبة لجعل بيئتهم الجامعية خضراء.					
14	أعتبر أن الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال إعادة التدوير من الوسائل الأكثر إيضاحاً لتنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة.					
15	أعي أهمية استخدام الرسومات والصور في تصميم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال إعادة التدوير له تأثير أكبر من النصوص الكتابية.					

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
16	أعتقد أن مضمون الرسالة التوعوية في ملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال إعادة التدوير. يعمل على جذب انتباه الطلبة .					
17	أعتقد أن تكرار حملات التوعية البيئية المتعلقة بمجال إعادة التدوير يساهم في تعزيز الإحساس بالانتماء للبيئة الجامعية بجعلها خضراء.					
18	أرى ان لملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال إعادة التدوير قدرة على نقل وتوصيل المعلومات البيئية إلى طلبة الجامعة بأسلوب مؤثر يسهل استيعابه.					

المحور الثاني : الوعي البيئي بمجال الطاقة

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أعي أهمية استخدام الطاقة البديلة للحد من تلوث البيئة.					
2	أهتم بالعناصر الفنية للملصقات التوعوية التي تنمي الوعي البيئي لطلبة الجامعة في مجال الطاقة					
3	أرى أن وضع الملصقات التوعوية بجانب مفتاح الإضاءة يساعد في تنمية وعي الطلبة بمدى أهمية توفير الطاقة .					
4	أقدر استغلال المساحات الفارغة في الجامعة لعمل مشاريع الطاقة البديلة بما يحافظ على البيئة.					
5	أشجع المشاريع والحملات التوعوية المقامة في الجامعة بمجال الطاقة.					
6	أتعاون مع الجامعة في إغلاق أجهزة الكمبيوتر بعد استخدامها للحد من الاستهلاك.					
7	أقدر أن استخدام الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة يساهم في تغيير سلوك الطلبة إيجابياً نحو بيئتهم الجامعية.					
8	أرى أن قيام العديد من الجامعات بتبني مفهوم التصميم الأخضر باستخدام ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يؤثر ايجابياً على بيئتها.					

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
9	أعي أنه للحصول على مجتمع واعي بيئياً بمجال الطاقة يكون من خلال تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة.					
10	أرى ان توظيف القوة التعبيرية للصورة واللون في ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يؤثر إيجابياً على جذب انتباه الطلبة.					
11	أعتقد أن استخدام الصور أو الرسومات في تصميم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة يساهم في نجاحه.					
12	أرى أن شكل وحجم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة له دور في وصول مضمون الرسالة التوعوية.					
13	أعتقد أن اختيار موقع ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يعد عامل مهم لجذب الانتباه.					
14	أعتقد أن الاستمرار في حملات التوعية البيئية المتعلقة بمجال الطاقة من قبل الجامعة يساهم في نشر وتعزيز الثقافة البيئية بين طلبتها.					
15	أقدر ملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال الطاقة، التي تدعم الإحساس بالمسؤولية تجاه حماية البيئة.					

المحور الثالث : الوعي البيئي في مجال المياه

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أرى أن وضع ملصقات توعوية بجانب صنابير المياه داخل المرافق العامة في الجامعة يساهم في تقليل استهلاك المياه.					
2	أثمن الدور الذي تقوم به الجامعة في الحفاظ على المياه باستخدام الملصقات التوعوية.					
3	أهتم بالعناصر الفنية عند تصميم الملصقات التوعوية التي تساعد في تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة في مجال المياه.					
4	أشجع الحملات التوعوية المقامة في الجامعة بمجال توفير المياه					
5	أعتقد أن للجامعة دور في توعية الطلبة بأهمية المياه.					
6	تجذبني الألوان والصور المستخدمة في ملصقات التوعية البيئية في مجال المياه.					
7	أهتم بالرسالة التوعوية التي يقدمها ملصق التوعية البيئية في مجال المياه.					
8	أرى أن للتصميم الجرافيكي دورًا في تنمية الوعي البيئي في مجال المياه.					
9	أعتبر أن القضايا والمشاكل البيئية المتعلقة بمجال المياه دافعاً قوياً ومؤثراً على المصممين من خلال ابتكار حلول تصميمية للحد من هذه المشاكل.					

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
10	أؤيد أن ترشيد الأنماط الاستهلاكية تجاه المياه تحد من تلوث البيئة.					
11	أشعر أن عمل التصميم المناسب للملصقات التوعوية المتعلقة بمجال المياه يساعد على جذب الانتباه.					
12	أؤيد وضع ملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال المياه في أماكن أكثر وضوحاً يساعد في زيادة الوعي البيئي لدى الطلبة.					
13	تفتقر الملصقات التوعوية في مجال المياه للعناصر الفنية التي تساعد في تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة.					
14	أرى أن شكل وحجم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة له دور في وصول مضمون الرسالة التوعوية.					
15	أعتقد أن اختيار موقع ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يعد عامل مهم لجذب الانتباه.					
16	أعتقد أن الاستمرار في حملات التوعية البيئية المتعلقة بمجال الطاقة من قبل الجامعة يساهم في نشر وتعزيز الثقافة البيئية بين طلبتها.					

الاستبيان البعدي

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بإجراء دراسة ميدانية بعنوان **(أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك) .**

أرفق طياً استبيان لقياس الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، يتكون المقياس من ثلاث محاور المحور الأول : الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير، المحور الثاني : الوعي البيئي بمجال الطاقة، المحور الثالث: الوعي البيئي بمجال المياه.

يرجى قراءة فقرات الاستبيان ووضع إشارة (✓) أمام الاختيار الذي ترونه مناسباً إذ أن الاستجابة ذات خمس بدائل وهي (موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة)

واقبلوا الاحترام والتقدير

البيانات الديموغرافيه

هـل شـاهدت الملصـقات التوعويـة فـي المجـالات الـثلاث (إعـادة التـدوير، الطاقة، الماء) في الكلية	☐ **نعم شاهدت** ☐ **لا لم أشاهد**
المستوى الدراسي	☐ **السنة الأولى** ☐ **السنة الثانية** ☐ **السنة الثالثة** ☐ **السنة الرابعة**
التخصص	☐ **التصميم** ☐ **الفنون التشكيلية** ☐ **الدراما** ☐ **الموسيقى**
الرقم الجامعي	....

المحور الأول : الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أعي الدور الفاعل بإعادة التدوير (الورق، البلاستك، المعدن) في الحفاظ على البيئة.					
2	أهتم بالدور الفاعل للجامعة في توعية الطلبة بأهمية إعادة التدوير من أجل الحفاظ على بيئتها.					
3	أقُدر مساهمة المصممين باستخدام الورق المعاد تدويره للحفاظ على البيئة.					
4	أتعاون مع الجامعة في وضع المواد القابلة للتدوير (الورق، البلاستيك المعدن) في الأماكن المخصصة لها.					
5	أرى أن لتصميم الجرافيكي دوراً في تقديم حلول تصميمية باستخدام الملصقات التوعوية، تساهم في تنمية الوعي البيئي بمجال إعادة التدوير.					
6	أشَجع حملات التوعية البيئية المقامة في الجامعة في مجال إعادة التدوير.					
7	أؤُيد عدم الحاجة إلى إعادة التدوير وأن النفايات أمر طبيعي لا ضرر منها					
8	أقُدر الملصقات التوعوية المستخدمة في الجامعة حول ضرورة وضع المواد القابلة للتدوير في الأماكن المُخصصة لها.					

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات	الرقم
					أعي الحل الأمثل للتخلص من النفايات هو إعادة تدويرها.	9
					أعتقد أن تصميم الجرافيك الأخضر يساهم في حل المشكلات المتعلقة بمجال إعادة التدوير باستخدام ملصقات التوعية البيئية.	10
					أعتقد أن توعية طلبة الجامعة بقضايا البيئة عن طريق الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال إعادة التدوير غير مجدية.	11
					أعي أن مصمم الجرافيك يحمل رسالة أخلاقية تفرض عليه نشر الوعي البيئي في المجتمع من خلال تصميم ملصقات توعوية هادفة متعلقة بمجال إعادة التدوير.	12
					أعتقد أن عمل ملصقات تختص بتنمية الوعي البيئي في مجال إعادة التدوير يساهم في زيادة اهتمام الطلبة لجعل بيئتهم الجامعية خضراء.	13
					أعتبر أن الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال إعادة التدوير من الوسائل الأكثر إيضاحاً لتنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة.	14
					أعي أهمية استخدام الرسومات والصور في تصميم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال إعادة التدوير له تأثير أكبر من النصوص الكتابية.	15

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
16	أعتقد أن مضمون الرسالة التوعوية في ملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال إعادة التدوير. يعمل على جذب انتباه الطلبة .					
17	أعتقد أن تكرار حملات التوعية البيئية المتعلقة بمجال إعادة التدوير يساهم في تعزيز الإحساس بالانتماء للبيئة الجامعية بجعلها خضراء.					
18	أرى ان لملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال إعادة التدوير قدرة على نقل وتوصيل المعلومات البيئية إلى طلبة الجامعة بأسلوب مؤثر يسهل استيعابه.					

المحور الثاني : الوعي البيئي بمجال الطاقة

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أعي أهمية استخدام الطاقة البديلة للحد من تلوث البيئة.					
2	أهتم بالعناصر الفنية للملصقات التوعوية التي تنمي الوعي البيئي لطلبة الجامعة في مجال الطاقة					
3	أرى أن وضع الملصقات التوعوية بجانب مفتاح الإضاءة يساعد في تنمية وعي الطلبة بمدى أهمية توفير الطاقة .					
4	أقدر استغلال المساحات الفارغة في الجامعة لعمل مشاريع الطاقة البديلة بما يحافظ على البيئة.					
5	أشجع المشاريع والحملات التوعوية المقامة في الجامعة بمجال الطاقة.					
6	أتعاون مع الجامعة في إغلاق أجهزة الكمبيوتر بعد استخدامها للحد من الاستهلاك.					
7	أقدر أن استخدام الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة يساهم في تغيير سلوك الطلبة إيجابياً نحو بيئتهم الجامعية.					
8	أرى أن قيام العديد من الجامعات بتبني مفهوم التصميم الأخضر باستخدام ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يؤثر ايجابياً على بيئتها.					

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
9	أعي أنه للحصول على مجتمع واعي بيئياً بمجال الطاقة يكون من خلال تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة.					
10	أرى ان توظيف القوة التعبيرية للصورة واللون في ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يؤثر إيجابياً على جذب انتباه الطلبة.					
11	أعتقد أن استخدام الصور أو الرسومات في تصميم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة يساهم في نجاحه.					
12	أرى أن شكل وحجم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة له دور في وصول مضمون الرسالة التوعوية.					
13	أعتقد أن اختيار موقع ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يعد عامل مهم لجذب الانتباه.					
14	أعتقد أن الاستمرار في حملات التوعية البيئية المتعلقة بمجال الطاقة من قبل الجامعة يساهم في نشر وتعزيز الثقافة البيئية بين طلبتها.					
15	أقدر ملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال الطاقة، التي تدعم الإحساس بالمسؤولية تجاه حماية البيئة.					

المحور الثالث : الوعي البيئي في مجال المياه

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	أرى أن وضع ملصقات توعوية بجانب صنابير المياه داخل المرافق العامة في الجامعة يساهم في تقليل استهلاك المياه.					
2	أثمن الدور الذي تقوم به الجامعة في الحفاظ على المياه باستخدام الملصقات التوعوية.					
3	أهتم بالعناصر الفنية عند تصميم الملصقات التوعوية التي تساعد في تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة في مجال المياه.					
4	أشجع الحملات التوعوية المقامة في الجامعة بمجال توفير المياه					
5	أعتقد أن للجامعة دور في توعية الطلبة بأهمية المياه.					
6	تجذبني الألوان والصور المستخدمة في ملصقات التوعية البيئية في مجال المياه.					
7	أهتم بالرسالة التوعوية التي يقدمها ملصق التوعية البيئية في مجال المياه.					
8	أرى أن للتصميم الجرافيكي دورًا في تنمية الوعي البيئي في مجال المياه.					
9	أعتبر أن القضايا والمشاكل البيئية المتعلقة بمجال المياه دافعاً قوياً ومؤثراً على المصممين من خلال ابتكار حلول تصميمية للحد من هذه المشاكل.					

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرات	الرقم
					أؤيد أن ترشيد الأنماط الاستهلاكية تجاه المياه تحد من تلوث البيئة.	10
					أشعر أن عمل التصميم المناسب للملصقات التوعوية المتعلقة بمجال المياه يساعد على جذب الانتباه.	11
					أؤيد وضع ملصقات التوعية البيئية المتعلقة بمجال المياه في أماكن أكثر وضوحاً يساعد في زيادة الوعي البيئي لدى الطلبة.	12
					تفتقر الملصقات التوعوية في مجال المياه للعناصر الفنية التي تساعد في تنمية الوعي البيئي لطلبة الجامعة.	13
					أرى أن شكل وحجم الملصقات التوعوية المتعلقة بمجال الطاقة له دور في وصول مضمون الرسالة التوعوية.	14
					أعتقد أن اختيار موقع ملصقات التوعية البيئية بمجال الطاقة يعد عامل مهم لجذب الانتباه.	15
					أعتقد أن الاستمرار في حملات التوعية البيئية المتعلقة بمجال الطاقة من قبل الجامعة يساهم في نشر وتعزيز الثقافة البيئية بين طلبتها.	16

ملحق رقم (4)

جـامـعـة الـشـرق الأوسـط
MEU MIDDLE EAST UNIVERSITY
مكتب رئيس الجامعة
President's Office

الرقم: د ر/ خ/ ٢٦/ ٥٧٩
التاريخ: ٢٧/ ٢/ ٢٠١٧

السادة كلية الفنون الجميلة المحترمون
جامعة اليرموك

تحية طيبة وبعد ،

تهديكم جامعة الشرق الأوسط تحياتها وتشكركم على جهودكم المبذولة وتتمنى عليكم التكرم بتسهيل مهمة الطالبة **ولاء جميل عادل الصباغ** ورقمها الجامعي (401520018)، والمسجلة في مادة "الرسالة/ لطلبة ماجستير التصميم الجرافيكي"، بجمع المعلومات والبيانات اللازمة لانجاز رسالتها المقترحة حيث تعتبر هذه المرحلة جزء من متطلبات دراسة هذه المادة، وذلك خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2017/2016.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

رئيس الجامعة
27.2.2017
أ.د. محمد محمود الحيلة

هاتف (00962 6) 4790222 فاكس (00962 6) 4129613 ص.ب 383 عمان 11831 الاردن بريد الكتروني info@meu.edu.jo
Tel. (00962 6) 4790222 Fax. (00962 6) 4129613 P.O.Box. 383 Amman 11831 Jordan e-mail: info@meu.edu.jo www.meu.edu.jo

ملحق رقم (5)

جامعـــة اليرمـــوك
YARMOUK UNIVERSITY

دائرة العلاقات العامة والاعلام

الرقم : ع ع/١٠٠٥/ ٧٥
التاريخ : ٢٦/جمادى الأولى/١٤٣٨ هـ
الموافق : ٢٣/ شباط /٢٠١٧ م

السادة جامعة الشرق الأوسط
كلية العمارة والتصميم/قسم التصميم الجرافيكي

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ،،،

ارجو العلم بأن دائرة العلاقات العامة والإعلام يسرها دعم تجربة الطالبة **ولاء جميل عادل الصباغ/ماجستير تصميم جرافيك**، وذلك من خلال تصميم وتنفيذ ملصقات التوعية البيئية من قبل مصممي الدائرة وتقديم المساعدة الممكنة لها في نشرها داخل الحرم الجامعي لتحقيق الهدف المرجو.

واقبلوا فائق الاحترام

مدير دائرة العلاقات العامة والإعلام

يوسـف عبده طبيشـات

جامعة اليرموك
العلاقات العامة والإعلام

تلفون : ٧٢١١١١١ – ٢ – ٩٦٢ فاكس : ٧٢١١١١٩ – ٢ – ٩٦٢ اربد – الأردن
Tel: 962 - 2 - 7211111 Fax : 962-2-7211119 Irbid - Jordan Email: yarmouk@yu.edu.jo http://www.yu.edu.jo

ملحق رقم (6)

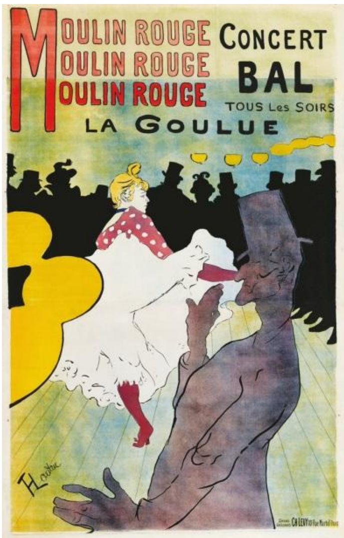


ملصق (1) – جولز شيريه (1982)



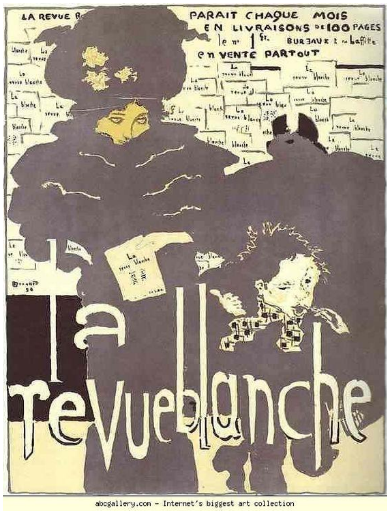
ملصق (2) – جولز شيريه (1888)

http://www.jules-cheret.org



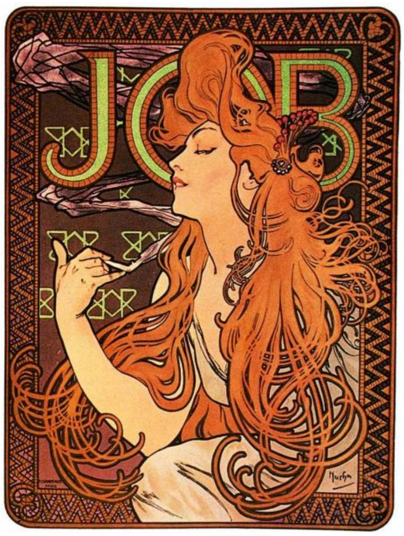
ملصق (3) – تولوز لوتريك (1891)

http://www.panteek.com/ToulouseLautrec/pages/tlt10-111.htm



ملصق (4) – بونارد (1894)

/https://www.pinterest.com/pin/571886852663622763



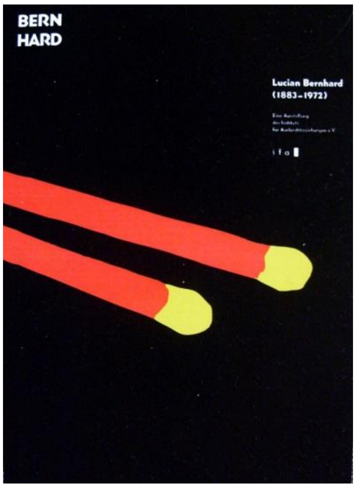
ملصق (5)– الفونس مونش (1897)

http://www.backtoclassics.com/gallery/alphonsemucha/job



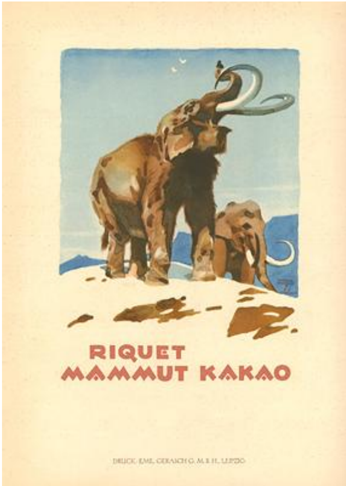
ملصق (6)– هنري (1899)

https://www.pinterest.com/pin/88453580151516863



الملصق (7)– لوسيان بيرنارد (1999)

https://www.pinterest.com/pin/507640189228538533



الملصق (8) – لودفيغ هوهلوين (1926)

http://www.printmag.com/article/ludwig-hohlwein-master-designer



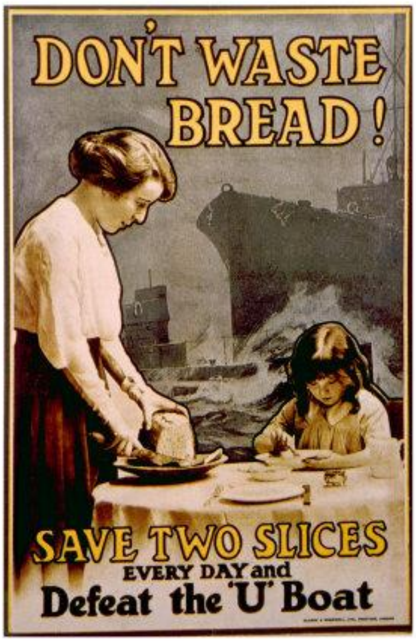
الملصق (9) – يوليوس غبكنز (1917)

/https://www.pinterest.com/pin/118008452709976543



ملصق (10) – جيمس فلاج (1917)

https://www.pinterest.com/pin/327144360413673665



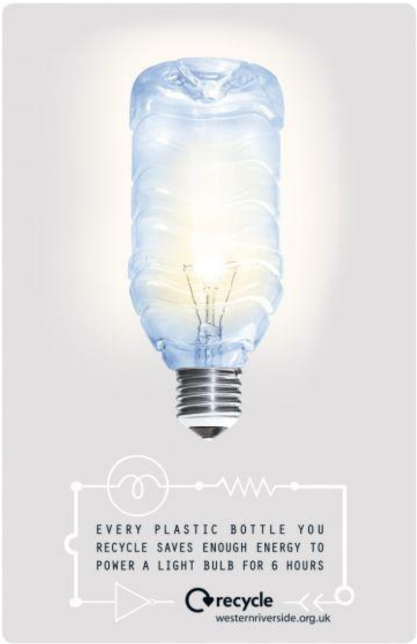
ملصق (11) – World War I, British Home Front Poster (1917)

https://www.pinterest.com/pin/327144360413673665

ملحق رقم (7)

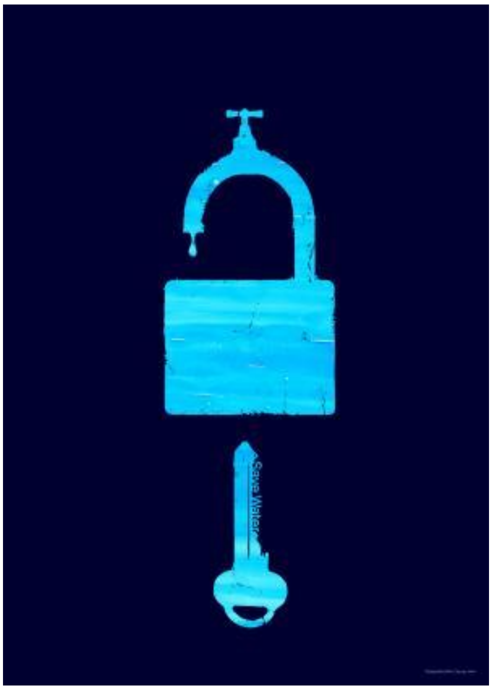






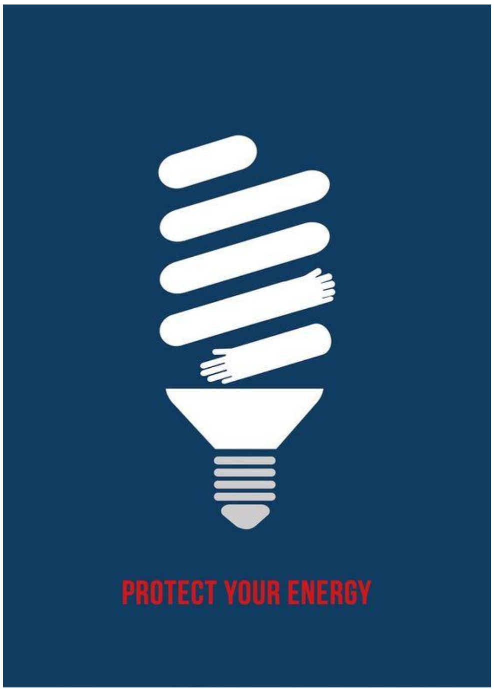
https://www.pinterest.com

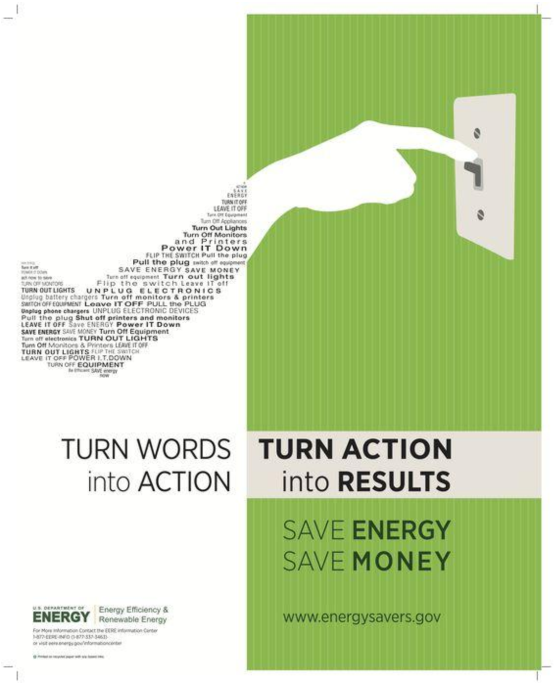






https://www.pinterest.com

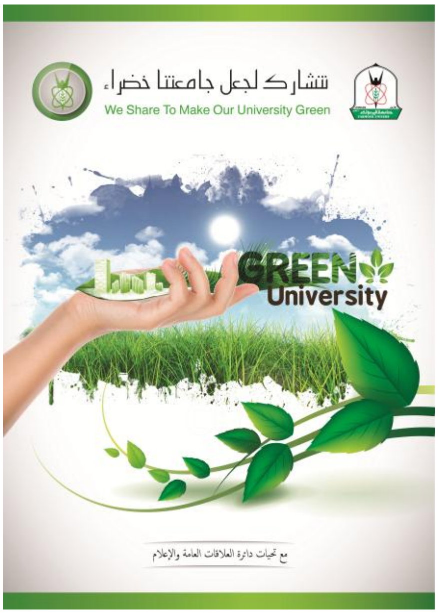






https://www.pinterest.com

الملحق رقم (8)



تشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
GREEN
University
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام



تشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
جامعة اليرموك/ دائرة العلاقات العامة والإعلام

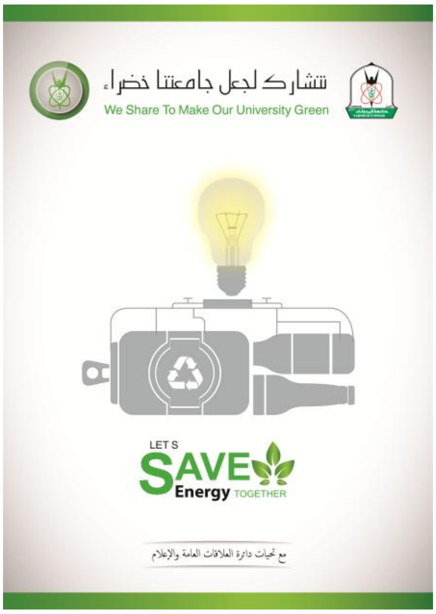


تشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET'S
SAVE
RECYCLING TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام



تشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
METAL
PLASTIC
GLASS
PAPER
LET'S
SAVE
RECYCLING TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET'S
SAVE
RECYCLING TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET S
SAVE
Energy TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET'S
SAVE
RECYCLING TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET S
SAVE
Energy TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET S
SAVE
Energy TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
With water
without water
LET'S
SAVE
WATER TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


نشارك لجعل جامعتنا خضراء
We Share To Make Our University Green
LET'S
SAVE
WATER TOGETHER
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


SAVING
POWER
on
off
SWITCH
OFF!!
SAVE
Energy
مع تحيات دائرة العلاقات العامة والإعلام


SAVE
water

ملحق رقم (9)


DEPARTMENT
OF DESIGN
PLASTIC
GLASS
METAL
PAPER


DEPARTMENT
OF DESIGN


قسم الفنون التشكيلية
Department of
Plastic Art




METAL


SAVE
WATER


SAVE
SAVE
SAVE
SAVE
PAPER
METAL
PLASTIC
GLASS


SAVING
POWER
on
SWITCH OFF!!
off
SAVE
Energy


SAVING
POWER
on
SWITCH OFF!!
off
SAVE




SAVE


PAPER
PLASTIC
GLASS


PAPER
PLASTIC
GLASS
METAL